

Arbeitshefte Management und Verwaltung

Heft 1

documenta – Abstracts

Zusammenfassung der Diplomarbeiten am Lehrstuhl 1991 - 2008

Gerd-Michael Hellstern
Nora Oehmcke

Lehrstuhl für Verwaltungsökonomie und -Management
Nora- Platiel -Str. 4
34127 Kassel
Mail: hellstern@wirtschaft.uni-kassel.de
Tel: (0561) 804 – 3528

DOCUMENTA  IX



Documenta11

DOCUMENTA
KASSEL
16/06 — 23/09
2007



Inhaltsangabe

Einleitung	1
Übersicht der am Lehrstuhl erstellten Diplomarbeiten	2
Zusammenfassende Analyse der Arbeiten	4
Überblick über die einzelnen Diplomarbeiten und deren Inhalte	5
Schlagwortverzeichnis	49

Einleitung

Zur documenta IX, der dX, der Documenta11 und der documenta 12 wurden am Lehrstuhl von Professor Hellstern Besucherbefragungen durchgeführt. Im Rahmen dieser Untersuchungen wurden zahlreiche Abschlussarbeiten betreut, die sich mit der Ausstrahlung, den Wirkungen, dem Management, dem Marketing und der Organisation der weltweit führenden Ausstellung zeitgenössischer Kunst befassen, die ein vielfältiges und beeindruckendes Bild der Wirkung und Bedeutung dieser einflussreichen Kunstaussstellung, aber auch der Rolle und der Bedeutung von Kunst und Kultur für die Gesellschaft und wirtschaftliche Entwicklung einer Region ermöglichen. Ziel der vorliegenden Bibliographie ist eine Dokumentation dieser Arbeiten. Die Zusammenstellung erfasst nur die durch den Lehrstuhl am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften betreuten Arbeiten. Nicht erfasst wurden betreute externe Arbeiten. Im Folgenden wurden die Zielsetzungen und Inhalte der in der Zeit von 1991 bis 2008 erstellten 48 Arbeiten erfasst sowie deren zentrale Aussagen dargestellt. Die Zusammenstellung wird durch eine Übersicht über die einzelnen Arbeiten und ihre Thematiken sowie ein Schlagwortverzeichnis ergänzt.

Die Analyse zeigt, dass über 17 Jahre zu allen Ausstellungen zahlreiche Arbeiten erschienen sind. Im Mittelpunkt standen dabei Fragen der Durchführung der Besucherbefragung bei den jeweiligen Ausstellungen. Diese lieferten die Grundlage für eine Analyse der Ausstrahlung und Wirkungen der internationalen Kunstaussstellung.

Die Analyse der Effekte der Ausstellung auf das Image und die Attraktivität der Stadt Kassel und der Region sowie Analysen der regionalökonomischen Effekte der Ausstellung auf Kassel, seine Wirtschaft und die Einkommen der Bewohner in der Region bildeten einen Schwerpunkt innerhalb der Arbeiten.

Breiten Raum nehmen auch Untersuchungen zur Besucherforschung, der Besucherbindung, der Zufriedenheit der Besucher und Grundsätzliches zu ihrem Besuchsverhalten ein. Sie ermöglichen ein differenziertes Bild über den Wandel der Motive und Einstellungen sowie die Entwicklung der Strukturen der Besucher moderner Kunst.

Einen weiteren Schwerpunkt bildeten Themen zur Medienresonanz der documenta. Die Analyse der Medienwirkungen, d.h. das breite Medienecho auf die documenta bildete den Inhalt einiger Studien, die meist inhaltsanalytisch die Medienwirkungen bzw. die für den Kulturbereich beispielhafte Medienarbeit der documenten analysierten. Schwerpunkte der Analysen bildeten auch Fragen des Marketing, Sponsoring sowie des Managements und der Organisation der documenta, deren Analysen beispielhaft Implementationsvoraussetzungen für eine erfolgreiche Inszenierung eines Großevents aufzeigen.

Übersicht der am Lehrstuhl erstellten Diplomarbeiten

Autor	Jahr	Titel
Katja Kimm	1991	Projektmanagement am Beispiel der documenta *
Thomas Schwetje	1991	Vorplanung, Projektsteuerung – documenta IX *
Achim Kördel	1992	Regionalökonomische Effekte von Kulturausgaben am Beispiel der documenta
Jost Hamschmidt	1993	Marketing Internationaler Kunstaussstellungen am Beispiel der documenta IX
Andreas Mannsbarth	1993	Ausstellungsmanagement und Kunstmarkt
Regina Daum – Meemann	1993	Erfolgskriterien für Kunstsponsoring
Silke Siebert	1993	Kultursponsoring: Die Sponsoren der documenta IX unter besonderer Berücksichtigung der Marke WEST – Möglichkeiten einer Wirkungskontrolle von Sponsoringaktivitäten
Uwe Hildebrand	1993	Die Auswirkungen von Großveranstaltungen auf das Stadtimage
Joachim Pfeifferling	1996	Kommunikationswege im Kulturmanagement – Eine empirische Analyse am Beispiel der documenta IX*
Dirk Gutzeit	1997	Eventmarketing als Kommunikationsinstrument der Produktpolitik am Beispiel der documenta X
Thomas Polta	1997	Empirische Analyse der Medienwirkung von Großveranstaltungen am Bspl. der documenta IX*
Mélanie LeFloc'h	1997	Wahrnehmung und Resonanzen der documenta in Frankreich
Thorsten John	1997	Entscheidungsunterstützung bei Großveranstaltungen durch die Nutzung von Segmentierungskonzepten – eine empirische Analyse auf der Basis einer Besucherbefragung im Rahmen der documenta X
Ina Dahlke	1997	Einsatz des Marketing im Internet – am Beispiel der documenta
Michael Rasch	1997	Untersuchung der ökonomischen Wirkungen von Kunstaussstellungen – eine empirische Analyse der documenta X
Marion Boeth	1997	Kunst & Ökonomie – Effizienz öffentlicher Kulturförderung und regionalökonomischer Effekte der Kunst. Eine empirische Untersuchung der documenta X
Georg Ackermann	1998	Konzeption und Analyse des Beschwerdemanagements im Dienstleistungsbereich – am Beispiel der documenta X-
Dorthe Stein	1998	Analyse der Gäste der documenta X. Ein Vergleich von Tages- und Übernachtungsgästen im Kulturtourismus.
Astrid Brummer	1998	Kultur- und Sportsponsoring – ein Vergleich zwischen „documenta X 1997“ und „Olympische Spiele, Atlanta 1996“
Martina Solf	1998	Systematisierung und Analyse unterschiedlicher Verhaltensweisen auf den Freizeitmarkt. Eine empirische Analyse der erlebnisorientierten Kulturtouristen am Beispiel der documenta X.
Thomas Schmidt	1998	Unternehmenskommunikation und Mitarbeiterzufriedenheit in „Sunset Organisationen und –Projekten“. Eine empirische Untersuchung anhand der Mitarbeiterbefragung der documenta X.
Thomas Zimmermann	1998	Wechselwirkung zwischen Motivation der Mitarbeiter und deren Arbeitsaufgaben und Arbeitsplatzbedingungen
Michael Oschmann	1998	Individualisierung und Erlebnisorientierung von Konsumenten auf dem Freizeitmarkt – Eine empirische Analyse der erlebnisorientierten Kulturtouristen am Beispiel der documenta X
Michael Deeg	1998	Analyse der personellen und organisatorischen Strukturen am Beispiel

		der documenta X
Peter Breuer	1999	Wirtschaftliche Auswirkungen der documenta X: eine empirische Analyse der regionalökonomischen Effekte
Christiane Keim	1999	Ansatzpunkte zur Erfolgskontrolle von PR – Maßnahmen: Eine Medienresonanzanalyse der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der documenta X
Martin Sökefeld	1999	Die Wahrnehmung von Sponsoren: Eine Untersuchung zur kommunikativen Wirkung des Sponsoring am Beispiel der documenta X
Janet Schwenk	2002	Event – Marketing unter Berücksichtigung der Documenta11
Katja Brauer	2002	Tourismuseffekte von Ausstellungen – Eine Analyse der documenta – Besucher von 1992 – 2002
Verena Horn	2002	Analyse der Organisationsstruktur der documenta – Untersuchung der Netzwerkbeziehungen zwischen künstlerischer Leitung und Kuratoren Team von documenta IX bis 11 anhand des Transaktionskosten- und des Resource Dependence Ansatzes
Udo Kotlorz	2002	Vergleich von Segmentprofilen der Documenta11 – eine empirische Analyse von Besucherprofilen nach Geschlecht
Alexandra Boog	2002	Internationaler Kulturtourismus – eine empirische Analyse der ausländischen Besucher der documenta X
Ptisan Bougrine	2002	Die Bewertung von Ausstellungen durch das Publikum – eine explorative Ursachenanalyse des documenta – Publikums
Vladimir Jescht	2002	Profilanalyse von Ausstellungsbesuchern: Stabilität und Varianz des documenta – Publikums 1992 – 2002
Nicholas Neu	2002	Gatekeeper in der Informationsbranche – eine Rezeptions- und Diffusionsanalyse der dpa zur Documenta11
Oliver Bracht	2003	Analyse der Besucherstruktur der documenta anhand empirischer Daten
Kathrin Heiner	2003	Gatekeeper in der Medienwelt – Eine computergestützte Analyse am Beispiel der Berichterstattung von FAZ und Die Welt zur Documenta11 *
Anja Schatka	2003	Erfolgskontrolle im Event – Management: eine computergestützte Analyse der Medienwirkung der Documenta11
Marco Weide	2003	Evaluation kommunikationspolitischer Instrumente am Beispiel der Pressearbeit der Documenta11
Sven Lieder	2003	Computergestützte Wirkungsanalyse der Berichterstattung der Documenta11
Dennis Klein	2003	Marktsegmentierung des Publikums der Documenta11
Franca Thielemann	2004	Erfolgskontrolle in der Öffentlichkeitsarbeit: eine computergestützte Analyse der lokalen Berichterstattung zur Documenta11
Christian Gösel	2004	Gezeigte und geliebte Kunst. Rezeptionsstrukturen zeitgenössischer Kunst, dargestellt am Beispiel der Documenta11
Timothy Motschmann	2007	Ruhm und Rand am Kunstmarkt – eine empirische Analyse des Kunstkompasses über die Entwicklung der documenta Künstler
Irene Knaub	2007	Untersuchung und Messung von Sponsoringwirkungen – Eine empirische Analyse der documenta 12 –
Ivo Clemens	2007	Kundenbindung im Kulturbereich – eine konzeptionelle und empirische Analyse der documenta Besucher
Zuzana Lilakova	2008	Ökonomische Effekte des Tourismus - Eine Wirkungsanalyse der Documenta Kassel
Xiaoyin Ni	2008	Image und Motive chinesischer Touristen - Fallstudien und Analyse von potentialen Besuchern von Documenta 12

* zu diesen Arbeiten konnte keine einzelne Zusammenfassung erstellt werden

Zusammenfassende Analyse der Arbeiten

documenta - Ausstellungen	Anzahl
documenta IX (1992)	13
documenta X (1997)	24
Documenta11 (2002)	14
documenta 12	3
documenta übergreifend	8

Die Meisten Diplomarbeiten wurden über die documenta X geschrieben.

Themenbereich	Anzahl
Besucher	11
Künstler	1
Kunstwerke	1
Internetauftritt	1
Kulturtourismus	12
Marketing	5
Medienanalyse	10
Mitarbeiter	3
Organisation - Management	3
Ökonomie	5
Sponsoring	6

Die Thematiken Kulturtourismus, die Medienanalyse ebenso wie das Sponsoring und die Besucheranalyse sind die am Häufigsten gewählten Themen der Analysen.

Datengrundlage	Anzahl
Besucherbefragung	23
Beschwerdekartei	1
Betriebsdaten	2
Journalistenbefragung	1
Künstlerdaten	3
Medienresonanzanalyse	8
Mitarbeiterbefragung	3
Unternehmensbefragung	3

Die am Häufigsten genutzten Datengrundlagen sind die Besucherbefragungen und die Medienresonanzanalysen.

Jahr der Erstellung	Anzahl
1991	2
1992	1
1993	5
1996	1
1997	7
1998	8
1999	3
2002	8
2003	6
2004	2
2007	3
2008	2

Überblick über die einzelnen Diplomarbeiten und deren Inhalte

Titel:	Regionalökonomische Effekte von Kulturausgaben am Beispiel der documenta
Autor: Erscheinungsjahr:	Achim Kördel 1992
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung und der Geschäftsberichte, Finanzpläne der Museum Fridericianum Veranstaltungs- GmbH
Stichworte:	Ökonomie, documenta IX, Wirkungsanalyse, Ausgaben
Ziel:	Ziel ist eine Systematik regionalökonomischer Effekte, um die regionalökonomischen Wirkungen der documenta IX im Hinblick auf die regionalpolitischen Zielsetzungen (Einkommen, Beschäftigung und Rentabilität) zu erfassen.
Kurzfassung:	Nach einem theoretischen Einblick in die Systematisierung der ökonomischen Wirkungen des kulturellen Sektors und dem Stand der regionalökonomischen Wirkungsforschung des kulturellen Sektors, werden die Geschäftsberichte und Finanzpläne der Museum Fridericianum Veranstaltungs- GmbH, die Ausgabenbelege von August 1991 bis August 1992, die Löhne, die Eintrittskartenstatistik ebenso wie die Ergebnisse der Besucherbefragung als Basis für Erfassung der direkten Wirkungen betrachtet. Die Ausgaben der Besucher sind Grundlage für die Erfassung der indirekten Wirkungen.
Erfolge:	Die direkten Wirkungen der documenta IX auf die Stadt Kassel werden auf 8,4 Mio. DM beziffert. Für die Stadt Kassel wurde eine 86%-ige Nachfragewirksamkeit der direkten Zuflüsse ermittelt. Die direkten und indirekten ökonomischen Wirkungen zeigen nachfragewirksame Effekte auf die Kasseler Wirtschaft in Höhe von 40,9 Mio. DM. Der überwiegende Teil entfällt auf das Gastgewerbe.
Anhang:	1. Eigen- und Fremdfinanzierung der documenta 2. Finanzierungsanteile der documenta 3. Erträge der documenta 4. Aufwendungen der documenta 5. Erfassung Sachausgaben documenta 6. Hochrechnung der Sachausgabenverteilung documenta 7. Festangestelltes Personal der documenta 8. Personalnebenkosten der documenta 9. Zusammenfassung der sonstigen Honorare 10. Erhebung Aushilfen Bereich Aufsicht 11. Tätigkeitsfelder kulturabhängiger Wirtschaftsbetriebe

Titel:	Marketing Internationaler Kunstausstellungen am Beispiel der documenta IX
Autor: Erscheinungsjahr:	Jost Hamschmidt 1993
Methode:	Deskriptive Studie Analyse der Marketingaktivitäten der documenta IX
Stichworte:	Marketing, Marketinginstrument, Kunstausstellung, documenta IX, künstlerische Konzeption
Ziel:	In dieser Arbeit soll die Frage geklärt werden, inwieweit bestimmte Marketinginstrumentarien unter den gegebenen Rahmenbedingungen geeignet sind, um Hilfestellung bei der Durchführung von Kunstausstellungen zu geben.
Kurzfassung:	Im Rahmen eines gesellschaftlichen Transformationsprozesses von der Industriegesellschaft zur Freizeit- und Dienstleistungsgesellschaft ist das Interesse der Besucher an Museen und Kunstausstellungen, sowie an neuen Ausstellungsprojekten, gestiegen. Dies stellt wiederum Anforderungen an das Management von Kulturereignissen. Es wird der Frage nachgegangen, ob Marketing für die Kunst zwangsläufig zur Vermarktung der Kunst führt und so ihr Wesen als solche verändert. Die klassischen Komponenten und Marketinginstrumente werden dargestellt und ihre Anwendbarkeit und Adaptierbarkeit auf internationale Kunstausstellungen analysiert. Es folgt eine Beschreibung und Analyse der Marketingaktivitäten und der Marketingpraxis der documenta IX. Es wird die Effektivität der Marketingaktivitäten an ausgewählten Bereichen der documenta IX aufgezeigt. Im Rahmen einer Konkurrenzanalyse wird die Bedeutung der Institution documenta für die internationale Ausstellungsszene evaluiert.
Ergebnis:	Es werden die konzeptionellen Determinanten des documenta - Marketings beleuchtet. Anhand der Positionierungsanalyse wird gezeigt, welchen Stellenwert die documenta in der internationalen Ausstellungslandschaft einnimmt. An ausgewählten Beispielen wurden Stärken und Schwächen des praktizierten Marketings dargestellt. Die Analyse hat gezeigt, dass das Sponsorenmarketing der documenta noch stark entwicklungsbedürftig ist, während den Marketingmaßnahmen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit eine hohe Effektivität bestätigt werden konnte. Ein sich konsequent der Vermittlung kulturpolitischer Ziele verpflichtendes Marketing kann zur Förderung der Künste beitragen.
Anhang:	1. Persönliches Gespräch mit dem Geschäftsführer der documenta GmbH. 2. Schriftzug und Logo der documenta IX. 3. Offizieller Faltprospekt der documenta IX. 4. Normschreiben an Firmen der Region.

Titel:	Ausstellungsmanagement und Kunstmarkt
Autor: Erscheinungsjahr:	Andreas Mannsbarth 1993
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Herkunft der documenta Kunstwerk
Stichworte:	documenta IX, Kunstwerke
Ziel:	Der Verbleib aller auf der documenta IX ausgestellten Arbeiten wird dokumentiert. Ziel ist, zu zeigen aus welchen Bereichen (Galerien, Museen, Privatpersonen etc.) die künstlerischen Arbeiten für die documenta bereitgestellt wurden, d.h. die Herkunft der Leihgaben. Hierzu gehören Herkunftsland und Alter der ausgestellten Arbeiten, um zu prüfen, ob es sich tatsächlich um eine zeitgenössische Ausstellung handelt.
Kurzfassung:	Schwerpunkt der Arbeit ist, Herkunft und Verbleib der Kunstwerke der documenta IX zu ermitteln und zu analysieren. Grundlage ist die Künstlerdatenbank. Der Autor betrachtet die Künstler der documenta IX in Bezug zu deren Herkunft und den auf der documenta ausgestellten Arbeiten. Die Herkunft der Kunstwerke werden hinsichtlich des Faktors Galerie, Museum, Privatperson, Unternehmen und Stadt Kassel dargestellt und analysiert. Das Alter der Kunstwerke und der Verbleib der künstlerischen Arbeiten werden dargestellt. Der Schwerpunkt liegt auf einer Unterscheidung zwischen den einzelnen Ländern und den genannten Kriterien.
Ergebnis:	Der Versuch, eine Systematik zu finden, mit der die Künstler und Exponate einer Ausstellung erfasst und den Kriterien entsprechend eingeordnet werden können, ist dem Autor größtenteils gelungen. Es wurden unter anderem folgende Ergebnisse erzielt: 80% der documenta Künstler kommen aus westeuropäischen und nordamerikanischen Ländern. Der Anteil der Kunstwerke aus diesen Ländern liegt bei 92%. Die Meisten Arbeiten wurden in das Herkunftsland des Künstlers zurück gebracht.
Anhang:	Künstlerdatenbank

Titel:	Erfolgskriterien für Kunstsponsorng
Autor: Erscheinungsjahr:	Regina Daum – Meemann 1993
Methode:	Empirische Fallstudie; Schriftliche Befragung der fördernden Unternehmen der documenta IX
Stichworte:	Kunstsponsorng, Unternehmenspolitik, documenta, Unternehmensbefragung
Ziel:	Ziel der Arbeit ist es, eine Zusammenfassung der aktuellen Sponsoring-Literatur zu liefern. Des Weiteren soll eine Befragung der Unternehmen, welche die documenta IX förderten, analysiert werden.
Kurzfassung:	Die Bedeutung des Kunstsponsorngs wächst, nicht nur für Unternehmen, sondern auch für den Kunst- und Kulturbereich. Kultursponsorng kann zur Verbesserung des Unternehmensimage beitragen. Nach einer theoretischen Einführung in die Thematik werden die Kunstsponsorng-Grundlagen erläutert und die Frage beantwortet, inwiefern Sponsorng Kunst und Kommerz verbinden kann. Anschließend werden die unterschiedlichen Sichtweisen der Bedeutung und des Einsatzes von Kunstsponsorng in Unternehmen und im Kunstbereich erläutert. Im Teil C der Arbeit beschäftigt sich die Autorin zu Beginn mit der documenta und der Akquisition des Sponsorngs vor der Ausstellung. Der Fragebogen, der von den fördernden Unternehmen beantwortet wurde, wird analysiert, um die Sponsorngtätigkeiten der documenta GmbH aus Sicht der potentiellen und tatsächlichen Sponsoren zu betrachten.
Ergebnis:	Es werden mehrere Ergebnisse erzielt. Erstens ist bei den Unternehmen weiter mit steigenden Ausgaben für Kunst und Kultur zu rechnen. Zweitens kann Kunstsponsorng einen positiven Beitrag zur Unternehmenskultur leisten. Die Analyse der Befragung ergab mehrere Aussagen. Unter anderem zeigten die Ergebnisse, dass die von der documenta angebotenen Leistungen für Sponsorng eher mittelmäßig eingestuft werden. Die Namensnennungen im Ausstellungskatalog und auf den Pressekonferenzen werden von den Unternehmen als interessant angegeben. Neben diesen Elementen findet die Autorin 7 Aspekte, die aus der Sicht von Kunstorganisatoren bei der Sponsorng-Akquisition essentiell sind.
Anhang:	1. Fragebogen und Anschreiben, 2. Liste der angesprochenen Unternehmen 3. Protokoll

Titel:	Kultursponsoring: Die Sponsoren der documenta IX unter besonderer Berücksichtigung der Marke WEST – Möglichkeiten einer Wirkungskontrolle von Sponsoringaktivitäten
Autor: Erscheinungsjahr:	Silke Siebert 1993
Methode:	Empirische Fallstudie Medienanalyse der Presseberichterstattung zur documenta IX
Stichworte:	Kultursponsoring, strategische Planung, Medienanalyse, Presseberichterstattung, Kulturförderung, Projektmanagement
Ziel:	Ziel der Arbeit ist es, anhand des Beispiels der documenta IX das Kultursponsoring von Unternehmen zu untersuchen.
Kurzfassung:	Kultursponsoring als Instrument der Kommunikationspolitik hat verschiedene Facetten und erlebt seit den 80er Jahren ein starkes Wachstum. Die Thematik wird theoretisch und praktisch behandelt. Zu Beginn werden die Grundlagen von Kultursponsoring vorgestellt, insbesondere in Bezug auf den Standort Deutschland. Im 2. Teil wird der grundsätzliche Ablauf einer Sponsoring Strategie präsentiert. Der 3. Teil handelt von den Sponsoring Partnern und dem Einfluss auf die Botschaft des Sponsors. Es wird eine Medienanalyse zur Presseberichterstattung während der documenta IX durchgeführt, die erhobenen Daten werden vorgestellt und ausgewertet. Die Kulturförderung von Unternehmen laut der Ifo-Studie wird vorgestellt. In 4. Kapitel wird die Autorin das Sponsoring der documenta im Detail behandeln. Die Kommunikationsstrategie der Marke WEST, die offizieller Sponsor der documenta IX war, wird analysiert.
Ergebnis:	Die Auseinandersetzung mit den Künstlern und ihren Ideen passt gut zu der Philosophie der Marke WEST. Das Sponsoring von WEST ist daher nicht nur eine Marketing Strategie, sondern dient dem Fortentwickeln der Marke. Im Gegenzug hilft das Sponsoring den Künstlern zu mehr Präsenz in den Medien. Es wurde gezeigt, dass Sponsoring eine gute Marketing Maßnahme ist, wenn die Vorraussetzungen gegeben sind.
Anhang:	1. Berichterstattung documenta IX: a. Vercodungsplan b. Erfassungsbogen 2. Kurzführer 3. Liste der Förderer und Spender der documenta 1-IX

Titel:	Die Auswirkungen von Großveranstaltungen auf das Stadtimage
Autor: Erscheinungsjahr:	Uwe Hildebrand 1993
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung zur documenta IX
Stichworte:	Stadtmarketing, Stadtimage, Bekanntheitsgrad, documenta IX, Besucher Klientel
Ziel:	Ziel ist, die Auswirkungen von Großveranstaltungen auf das Stadtimage am Beispiel der documenta IX mit Hilfe von Besucherbefragungen zu ermitteln und darzustellen. Im Detail soll zuerst untersucht werden, ob ein Unterschied zwischen den Personen, die Kassel bereits besucht haben, und neuen Besuchern bezüglich der Wahrnehmung der Stadt Kassel besteht. Als zweites wird auch die Herkunft der Besucher betrachtet. Drittens soll die Imageänderung der Stadt Kassel durch die documenta bei unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen untersucht werden. Viertens wird die Zielgruppe der documenta- Ausstellung unter die Lupe genommen.
Kurzfassung:	Es werden die Ergebnisse zweier empirischer Studien bezüglich des Images der Stadt Kassel vor und nach der documenta IX (1992) reflektiert und analysiert. Die Ergebnisse der Studie werden in Bezug zu den ökonomischen und geographischen Vorteilen der Stadt Kassel analysiert. Wie bewertet der Besucher die Vorteile vor und nach der documenta? Anschließend wird die Herkunft der Besucher Kassels und der documenta Ausstellung betrachtet. Die Ergebnisse der Studie werden hinsichtlich der Beziehung zwischen Schulbildung der Besucher und der Imageänderung interpretiert. Es wird auf das Image der Stadt Kassel in Abhängigkeit mehrerer Faktoren, wie der soziale Status und die Bildung der Besucher, eingegangen.
Ergebnis:	Es werden mehrere Ergebnisse erzielt, welche die Imageänderung der Stadt Kassel durch die documenta betreffen. Kassel wird als Verkehrs- und Handelsknotenpunkt von Personen, welche die Stadt nicht oder nur flüchtig kennen, besser bewertet. Das Image der Stadt Kassel hat sich bei diesen Personen verbessert, die sich für die documenta interessieren; hierzu gehören vor allem Personen mit Abitur oder mittlerer Reife.
Anhang:	1. Kennzahlen der Gebiete der Bundesrepublik Deutschland 2. Literaturverzeichnis 3. Ausgewertete Ergebnisse der Umfrage

Titel:	Kommunikationswege im Kulturmanagement – Eine empirische Analyse eines Besucherprofils und segmentspezifischer Kommunikationskanäle am Beispiel der documenta IX in Kassel
Autor: Erscheinungsjahr:	Joachim Pfeifferling 1997
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse einer Besucherbefragung in der documenta – Halle während der documenta IX
Stichworte:	Documenta IX, Besucherbefragung, Besuchermanagement, Besucherprofile, Kulturtourismus, Kulturmarketing, Kommunikationspolitik, Kommunikationskanäle
Ziel:	Ziel ist, das Besucherprofil am Beispiel der documenta IX zu untersuchen. Die von den Besuchern genutzten Kommunikationskanäle werden lokalisiert und die Besuchersegmente untersucht. U. a. stehen folgende Fragestellungen im Vordergrund: Welches Besucherprofil weisen die Besucher der documenta IX auf? Welche Kommunikationskanäle haben die Besucher genutzt?
Kurzfassung:	Welche Besuchergruppen werden von der documenta angesprochen und über welche Kommunikationswege werden diese Marktsegmente erreicht? Nach der theoretischen Auseinandersetzung mit Kulturmarketing und dem Beispiel eines Marketingkonzepts für Kultureinrichtungen, werden empirische Daten zur documenta IX mit den Daten vorheriger documenta Ausstellungen verglichen. Das Besucherprofil der documenta IX wird nach ausgewählten Persönlichkeitsmerkmalen und Verhaltenskriterien analysiert. Es werden die segmentspezifischen Kommunikationskanäle der d9-Besucher untersucht.
Erfolge:	U. a. werden folgende Ergebnisse erzielt: Der „typische“ d9-Besucher ist zwischen 20 und 29 Jahre alt, hat einen hochschulzugangsberechtigten Schulabschluss oder ein abgeschlossenes Studium. Der d9-Besucher ist in einem akademischen Beruf tätig oder strebt es an. Der Besucher kommt aus Kunstzentren und Großstädten. Für 21,6% der Besucher steht fachliches Interesse im Vordergrund. 45,3 % der Besucher bekommen durch den Besuch einen Überblick über zeitgenössische Kunst.
Anhang:	1. Logos der documenta IX 2. Fragebogen 3. Codebuch 4. Häufigkeitstabellen 5. Kreuztabellen der Eingangserhebung zur documenta IX

Titel:	Eventmarketing als Kommunikationsinstrument der Produktpolitik am Beispiel der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Dirk Gutzeit 1997
Methode:	Deskriptive Studie
Stichworte:	Kommunikationspolitik, Kunstmanagement, Eventmarketing, documenta X, Kunst, Kunstmarkt – Erlebnismarkt
Ziel:	Die Zielsetzung der Arbeit ist die Beziehung der Faktoren Wirtschaft und Kultur zu untersuchen und den Zusammenhang zwischen Eventmarketing und Kunst zu reflektieren. Am Beispiel der documenta X soll der Schwerpunkt Kunst als ‚Subfaktor‘ der Kultur aus betriebswirtschaftlicher Sicht betrachtet werden. Inwiefern die Kunstaussstellungen sich an marktwirtschaftlichen Prinzipien anlehnen wird anhand der hunderttägigen Ausstellung documenta X durchleuchtet.
Kurzfassung:	Der Schwerpunkt liegt auf den wirtschaftlich-kulturellen Betrachtungen der documenta X. Im ersten Teil der Arbeit wird die Integration von Events und Eventmarketing in die Kommunikationspolitik beschrieben. Es wird die Erlebniswelt ‚Kultur‘ untersucht und der Zusammenhang zur documenta dargestellt. Ferner wird der Versuch unternommen, die marktwirtschaftlichen Tendenzen in Bezug auf Kunst abzuleiten. Es werden die zuvor beschriebenen Verflechtungen von Kunst und Wirtschaft auf das documenta Ereignis übertragen. Anhand dieser Thematik wird die documenta als etablierte und imagerächtige ‚Marke‘ angesehen. Für das Thema Erlebnismarkt und Kunstmarkt wird die zukünftige Situation eingeschätzt.
Ergebnis:	Die Arbeit hat gezeigt, wie sich zwei scheinbar weit voneinander liegende Welten, Wirtschaft und Kultur, in zunehmendem Maße zu einem neuen Kommunikationsinstrument entwickeln. Das Beispiel der documenta X hat ermöglicht, die Kunst produktpolitisch zu interpretieren und Erlebnisorientierung von Kunst zu verdeutlichen. Seiner Erkenntnis nach geht es bei dem ‚Mythos‘ documenta um die Bindung des Konsumenten an die Marke bzw. die Bindung des Publikums an die Kunstaussstellung, die zum Kommunikationskanal geworden ist.
Anhang:	Keinen

Titel:	Wahrnehmung und Resonanzen der documenta in Frankreich
Autor: Erscheinungsjahr:	Mélanie LeFloc'h 1997
Methode:	Empirische Fallstudie
Stichworte:	Documenta, Frankreich, Medienresonanzanalyse, Kommunikationskanäle
Ziel:	Ziel ist es, herauszufinden, wie die documenta in unterschiedlichen französischen Zeitungen, insbesondere der „Le Monde“, bewertet wurde.
Kurzfassung:	Es werden die potentiellen Kommunikationskanäle (Fernsehen, Presse, Institutionen der Kunst) vorgestellt und das Internet in einem eigenen Abschnitt betrachtet. Es folgt eine qualitative Analyse der Berichterstattung. Dabei wird zum einen ein Vergleich der Berichterstattung in „Le Monde“ von der d4 bis zur d10 durchgeführt, zum anderen werden die wichtigsten Zeitungen und Zeitschriften im Hinblick auf ihre Berichterstattung verglichen.
Erfolge:	Resonanzen zur documenta findet man am ehesten in der französischen Presse, da nur eine geringe Zahl der französischen Einwohner über einen Computer verfügen. Dem Internet als Informationsquelle kommt daher im Gegensatz zur Presse eine geringe Bedeutung zu. Die „Le Monde“ ist bezüglich der documenta signifikant, da diese Zeitung schon lange über das Thema berichtet. Die Berichterstattung aller Zeitungen war insbesondere zur d10 präsent.
Anhang:	1. Programm der Konferenz in Paris, 1997 2. Besucherstrukturanalyse 3. Pressespiegel

Titel:	Entscheidungsunterstützung bei Großveranstaltungen durch die Nutzung von Segmentierungskonzepten – eine empirische Analyse auf der Basis einer Besucherbefragung im Rahmen der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Thorsten John 1997
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Documenta X, Kulturmarketing, Marketingstrategien, Marktsegmentierung, Besucherbefragung
Ziel:	Ziel der Arbeit ist es, die Möglichkeiten einer Marketingstrategie der Marktsegmentierung bei kulturellen Veranstaltungen im öffentlichen Bereich aufzuzeigen. Die Basis liefert eine Besucherbefragung, durchgeführt am Lehrstuhl von Prof. Hellstern im Rahmen der documenta X. Die Befragung wird insbesondere in Anbetracht der Besucher, die beruflich mit bildender Kunst zu tun haben, analysiert.
Kurzfassung:	Das veränderte individualisierte Verbraucherverhalten von Kunden betrifft auch den Bereich der Freizeit- und Kulturangebote. Hiernach müssen sich die öffentlichen Unternehmungen richten und Strategien zur Bewältigung der veränderten Bedingungen entwickeln. In einem theoretischen Teil werden die Ausprägungen des Marketings in Bezug auf die Konzeptionen und Strategien von der privatwirtschaftlichen auf den Bereich der öffentlichen Verwaltungen übertragen. Anschließend wird die Marktsegmentierung thematisiert, um Aufgaben und Anforderungen an diese zu vermitteln. Es wird ein Überblick über die Instrumente und Methoden der Datenerhebung und Analyse gegeben. Im letzten Abschnitt wird die Besucherbefragung vorgestellt und analysiert, dies geschieht mit Hilfe geographischer, demographischer und verhaltensorientierter Kategorien. Es wird die Häufigkeitsverteilung, sowie das mit bildender Kunst beschäftigte Publikum, im Detail betrachtet.
Ergebnis:	Die Analyse zeigt, dass die Wettbewerbsfähigkeit von Kulturangeboten im öffentlichen Sektor nur gewährleistet werden kann, wenn eine kundenorientierte Arbeitsweise stattfindet. Hierfür müssen die Struktur und Präferenzen der Konsumenten bekannt sein. Durch die Evaluation der Besucherbefragung der documenta X wird deutlich, dass der Service und das Informationsangebot nur in geringem Maße in Anspruch genommen wurden. Der Anteil des ausländischen Publikums steigt. Die Ausstellung ist für Besucher aus dem Bereich der Kunst weiterhin von großer Bedeutung.
Anhang:	1. Abbildungsverzeichnis 2. Tabellenverzeichnis 3. Fragebögen der Besucherbefragung (Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch)

Titel:	Einsatz des Marketing im Internet – am Beispiel der documenta
Autor: Erscheinungsjahr:	Ina Dahlke 1997
Methode:	Empirische Fallstudie Theoretische Analyse der Internetplattform www.documenta.de Nutzerakzeptanzanalyse des Website-Angebots der documenta
Stichworte:	Internet, World Wide Web, documenta X, Nutzerakzeptanzanalyse, Nutzerverhalten
Ziel:	Ziel dieser Arbeit ist, die Faktoren, die den Erfolg einer Internetseite beeinflussen, herauszufinden. Dies soll am Beispiel der Internetseite der documenta X, die anlässlich der Ausstellung ins Leben gerufen wurde, analysiert werden.
Kurzfassung:	Die Neuartigkeit des Mediums Internet hat eine große Unsicherheit in der Einschätzung der Chancen und Grenzen für das Marketing zur Folge. Vor einer praktischen Analyse der Internetplattform wird die Bedeutung des Internet für Marketing im Allgemeinen hinsichtlich der funktionalen, kommunikationsspezifischen und strukturellen Merkmale erläutert. Das Verhalten der Internetnutzer in der hypermedialen Umwelt des World Wide Web wird betrachtet. Es wird ein Verhaltensprozessmodell herangezogen, das auf die Motivationstheorie zurückgeht. Es werden Analyse Kriterien abgeleitet, die zur Analyse des Konzeptes und der Zielsetzung der documenta Internetseite verwendet werden. Es folgt eine Erfolgsbewertung dieser Internetseite auf der Grundlage einer Befragung der Besucher der documenta X.
Ergebnis:	Es werden umfangreiche Ergebnisse erzielt, von denen hier nur einige aufgelistet werden. Die Analyse hat gezeigt, dass das allgemeine Informationsangebot auf der documenta X Internetseite relativ umfassend ist. Das inhaltliche Informationsangebot wird eher unzureichend dargestellt. Die interaktiven Möglichkeiten für Nutzer sind auf der Website sehr ausgeprägt, da viele Handlungsoptionen bestehen. Der Nutzen des Mediums ist sowohl zielorientiert, als auch für unterhaltungssuchende Nutzer relevant.
Anhang:	1. Fragebogen 2. Daten zur Auswertung

Titel:	Untersuchung der ökonomischen Wirkungen von Kunstausstellungen – eine empirische Analyse der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Michael Rasch 1997
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Wirkungsanalyse, documenta X, Studien, Besucherverhalten, Besucherbefragung, Besucherbindung, Tankstellengewerbe
Ziel:	Ziel ist, die Verbindung des ökonomischen Sektors mit der Kultur darzustellen, um Wirkungen und Tendenzen aufzuzeigen und die gesamte Thematik mit ökonomischen Kenngrößen zu fundieren. Mit Hilfe einer empirischen Analyse der ökonomischen Wirkungen der documenta X soll ein Bezug zur praktischen Anwendung der theoretischen Kenntnisse gezogen werden. Es sollen repräsentative Ergebnisse über Publikumsprofile, Wahrnehmungen, Einstellungen von Kulturbesuchern, Auswirkungen und Veränderungen des Besucherverhaltens etc. erreicht werden.
Kurzfassung:	Schwerpunkt der Arbeit sind die ökonomischen Wirkungen der documenta auf die Region Nordhessen. Grundlage der Analyse ist eine empirische Besucherbefragung zur documenta X, sowie Studien zum Thema „ökonomische Wirkungen von Kultur“. Es werden eine Anzahl bedeutender Studien, die auf nationaler und internationaler Ebene durchgeführt wurden, vorgestellt und auf deren Wirkung eingegangen. Im Detail werden die zwei Fallstudien „Wirtschaftliche Auswirkungen von Kulturangeboten in Bremen“ und „Auswirkungen der Salzburger Festspiele auf Wirtschaft und Arbeitsmarkt“ betrachtet, um hilfreiche Daten für die anschließende Analyse zu erhalten. Anschließend werden die Ergebnisse der Besucherbefragung der documenta analysiert und interpretiert. Weitere Interessenspunkte sind die von der documenta herbeigeführten Effekte auf das Tankstellengewerbe, sowie die allgemeinen Begleiteffekte der Ausstellung.
Ergebnis:	Die Interdependenzen zwischen Ökonomie und Kultur werden immer stärker. Investitionen in kulturelle (Groß-) Ereignisse sind wichtig, da sie durch verschiedene Multiplikatoreneffekte in Form von Abgaben an den Staat zurückgehen. Hinzu kommen die subjektiv-emotionalen Wahrnehmungsaspekte. Die documenta X hat sich in Bezug auf ihre ökonomische Handlungsweise verbessert.
Anhang:	1. Fragebogen der Bremer Studie, 2. Fragebogen der Salzburger Studie, 3. Fragebogen Evaluation documenta IX (verschiedene Sprachen), 4. Fragebogen Evaluation documenta X, 5. Anfrage an die Kasseler Partnerstädte 6. Antwortschreiben

Titel:	Kunst und Ökonomie – Effizienz öffentlicher Kulturförderung und regionalökonomische Effekte der Kunst – Eine empirische Untersuchung der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Marion Boeth 1997
Methode:	Empirische Fallstudie Ökonomische Analyse auf der Basis von 5 Geschäftsjahren der documenta und Museum Fridericianum Veranstaltungs- GmbH
Stichworte:	Ökonomie, documenta X, Einnahmen, Ausgaben, Kulturförderung, Sach- und Personalausgaben
Ziel:	Ziel ist, die regionalökonomischen Wirkungen der documenta X zu bestimmen. Als Grundlage dienen die Einnahmen und Ausgaben der documenta und Museum Fridericianum Veranstaltungs- GmbH, deren Struktur und Verwendung untersucht werden.
Kurzfassung:	Nach der theoretischen Einführung in Gegenstand und Problematik der Kulturökonomik, werden die Voraussetzungen für die ökonomische Wirkungsanalyse von Kunst und Kultur dargestellt und empirische Ansätze vorgestellt. Der Schwerpunkt liegt auf der Herausarbeitung des Gut-Charakters von Kunst und Kultur und der Bedeutung des Staates. In der empirischen Analyse wird die Verteilung der Sach- und Personalausgaben auf einzelne Wirtschaftszweige und Regionen untersucht. Grundlage sind die finanziellen Transaktionen der documenta und Museum Fridericianum Veranstaltungs- GmbH im Zeitraum von 1993 bis 1997. Der Fokus liegt auf der Verteilung der Ausgaben innerhalb der Stadt Kassel und dem direkten Umland. In der Analyse bleiben die indirekten Wirkungen auf die Wirtschaft der Stadt Kassel unberücksichtigt.
Erfolge:	Es wurden mehrere Ergebnisse erzielt. Die Gesamtwirkungen der documenta X auf die Stadt Kassel zeigen, dass besonders die Wirtschaftszweige Dienstleistungen, öffentliche Verwaltung, Handel und verarbeitendes Gewerbe vom Ausstellungsbetrieb profitieren.
Anhang:	1. Aufwendungen/ 2. Erträge der documenta X aus zusammengefassten Aufwandskonten der Geschäftsberichte 3. Bilanzvergleich der documenta – Jahre 1992 & 1999 4. Bezeichnung der Abschnitte aus der Klassifikation der Wirtschaftszweige 1993 5. Verteilung der Gesamtausgaben der documenta X nach Wirtschaftszweigen (Kassel-Stadt und Umland; Kassel-Stadt, Umland) 6. Vergleich documenta X zu documenta IX in Tabellenform

Titel:	Konzeption und Analyse des Beschwerdemanagements im Dienstleistungsbereich – am Beispiel der documenta X-
Autor: Erscheinungsjahr:	Georg Ackermann 1998
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse von Beschwerdekarten
Stichworte:	Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Kundennähe, Kundenbeschwerden, Beschwerdebearbeitung, Beschwerdekarten, documenta
Ziel:	Ziel dieser Arbeit ist es, die Beschwerdekarten, die während der documenta X ausgelegt waren und von den Besuchern beantwortet wurden, zu analysieren. Bei den 114 Beschwerdekarten soll die Erfassung von Abhängigkeiten der Kundenunzufriedenheit in Bezug zu den Beschwerdepunkten dargestellt werden. Es soll beantwortet werden, wovon die Zufriedenheit eines documenta Besuchers abhängt.
Kurzfassung:	Kundenbeschwerden dürfen nicht als ein Übel gesehen werden, sondern bieten eine Möglichkeit Schwachstellen der innerbetrieblichen Prozesse aufzuzeigen und zu beseitigen. Beschwerden spielen nicht nur in Unternehmen eine Rolle, sondern auch im Kulturbereich. Es wird die ökonomische Bedeutung von Beschwerdemanagement vor dem Hintergrund von Marktveränderungen betrachtet. Anschließend werden die Grundlagen des Beschwerdemanagements dargestellt, mit einem Fokus auf den Konzepten von Bernd Stauss und Wolfgang Seidel. Im 3. Abschnitt werden nicht nur die Beschwerdekarten analysiert, sondern die Mind - Map Methode erläutert.
Ergebnis:	Beschwerden sind für die documenta ein Indikator für eine negative Zielabweichung, da sie eine Kontrollfunktion darstellen. Dies kann durch frühzeitiges Erkennen und Beseitigen von Problemen verringert werden. Die Mind – Map Methode ist hilfreich, um die Problembereiche bildlich darzustellen. Die Beschwerdeinformationen sollten ernst genommen werden, um vorbeugende Maßnahmen einzuleiten.
Anhang:	1. Liste der Beschwerdekarten nach Stichworten 2. Beschwerdekarten (Beschwerde und demographische Daten)

Titel	Analyse der Gäste der documenta X. Ein Vergleich von Tages- und Übernachtungsgästen im Kulturtourismus.
Autor: Erscheinungsjahr:	Dorthe Stein 1998
Methode:	Empirische Studie Analyse der Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Kulturtourismus, Kulturtouristen, Übernachtungsgäste, Tagesgäste, documenta X
Ziel:	Ist es möglich, ein besonderes Übernachtungsverhalten bzw. eine Struktur von Kulturtouristen in Kassel zu documenta -Zeiten aufzuzeigen? Die Verfasserin setzt als Ziel, eine Analyse der Tages- und Übernachtungsgäste im Kulturtourismus durchzuführen.
Kurzfassung:	Der wachsende Trend des Kulturtourismus mit seinen starken Ausprägungen, Städtereisen, Reisen zu Musicals und Veranstaltungen hat dazu geführt, dass die Zahl der Übernachtungen gestiegen ist. Für das Hotel- und Gaststättengewerbe öffnet sich somit die Möglichkeit, von dem Kulturtourismus zu profitieren. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der Analyse der Hotellerie bzw. Übernachtungsgäste. Als Grundlage dient die Besucherbefragung der documenta X. Anschließend werden die Grundlagen des Kulturtourismus mit seinen Ausprägungsmöglichkeiten (Städtereisen, Kurzreisen) aufgezeigt. Die allgemeinen statistischen Informationen zeigen die Veränderungen in der Infrastruktur der Stadt Kassel. Im dritten Kapitel werden die Ergebnisse der Besucherbefragung vorgestellt. Die Ergebnisse hinsichtlich der Übernachtungsgäste bzw. der Tagesgäste 1989 und 1997 wird verglichen. Es werden die Kassler Hotellerie und Parahotellerie analysiert. Die Analyse basiert sich auf den Interviews, die die Verfasserin selbst durchgeführt hat.
Ergebnis:	Die Analyse hat gezeigt, dass die Stadt Kassel nicht nur zu documenta Zeit für Besucher attraktiv ist. Die Befragungen und Interviews haben bewiesen, dass die Stadt Kassel zu den documenta -Jahren einen Zuwachs an Gästen zu verzeichnen hat. Ca. 50% Kulturtouristen der documenta X sind den Tagesgästen zuzuordnen. Die Übernachtungsgäste waren überwiegend in einem Alter von 20-29 bzw. 30-39 mit den höheren Abschlüssen. Mehr als die Hälfte blieben in Kassel mehr als ein Tag. Außereuropäische Gäste waren meistens aus USA und Japan. Von den europäischen Kulturtouristen waren die Niederländer zahlreich zu Besuch.
Anhang:	Interviewleitfaden

Titel:	Kultur- und Sportsponsoring – ein Vergleich zwischen „documenta X 1997“ und „Olympische Spiele, Atlanta 1996“
Autor: Erscheinungsjahr:	Astrid Brummer 1998
Methode:	Empirische Fallstudie; Analyse des Sponsoring der documenta X
Stichworte:	Sportsponsoring, Kultursponsoring, Sponsoringaktivitäten, Kommunikations-Mix
Ziel:	Die Arbeit sollte einen Überblick über die wesentlichen Grundlagen und praktischen Erfahrungen beim Einsatz von Sponsoring geben. Da Kultur- und Sportsponsoring in Kommunikations-Mix der Unternehmen integriert ist, trägt es im hohen Maße zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Schwerpunkt der Arbeit ist, die Erscheinungsformen, Struktur und systematische Planung für Sponsoring-Engagement aufzuzeigen.
Kurzfassung:	Das Kultur- und Sportsponsoring ist ein Element der Kommunikationspolitik, dass in der Regel nicht ohne die Abstimmung mit den klassischen Kommunikationsinstrumenten und der Öffentlichkeitsarbeit zum optimalen Einsatz kommen kann. Anhand von Fachliteratur, Presseartikeln und Fachzeitschriften wird die Begriffsauslegung behandelt und aufgezeigt, welchen Stellenwert das Sponsoring und seine verschiedenen Ausprägungen in unserer Zeit annehmen und welche zukünftigen Tendenzen sich abzeichnen. Im empirischen Teil der Arbeit wird Kultursponsoring anhand der documenta X und Sportsponsoring anhand der Olympischen Spiele 1996 in Atlanta beschrieben.
Ergebnis:	Es hat gezeigt, dass Sponsoring sich als neue Form des Werbeauftritts zu einem integrierten Kommunikationsinstrument entwickelt hat. Um dies erfolgreich zu erreichen, bedarf es einer genauen Planung mit Zielen, Zielgruppen, Strategien, Maßnahmen, Budget und Wirkungskontrolle. Bei der documenta X, bei der Sony Hauptsponsor war, kam es zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit, bei der die Künstler das Material für ihre Videoarbeiten bekommen haben und den Regisseuren des dX-Filmprogramms die technische Basis für die Arbeit zu Verfügung gestellt wurde.
Anhang:	Leitfaden zur Befragung der Hauptsponsoren der documenta X.

Titel:	Systematisierung und Analyse unterschiedlicher Verhaltensweisen auf den Freizeitmarkt. Eine empirische Analyse der erlebnisorientierten Kulturtouristen am Beispiel der documenta X.
Autor: Erscheinungsjahr:	Martina Solf 1998
Methode:	Empirische Analyse Analyse der Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Freizeitmarkt, Kulturtourismus, Erlebnisorientierung, documenta X
Ziel:	Da die documenta, als internationale Ausstellung zeitgenössischer Kunst, einen immer höheren Stellenwert einnimmt und zum Anziehungspunkt für die sogenannten 'Kulturtouristen' geworden ist, ist das Hauptziel dieses Beitrages die Klassifizierung der Kulturtouristen und ihre Verhaltensweise vorzunehmen.
Kurzfassung:	<p>Der Begriff „Erlebnis“ ist heutzutage in unterschiedlichen Kombinationen wieder zu finden. Zum einem ist es mit einem Wunsch des Menschen verbunden, sein Konsumleben erlebnisorientiert zu gestalten. Zum anderen erkennt man den steigenden Trend zur Abwechslung in der Gestaltung der Freizeit und somit auch auf dem Freizeitmarkt.</p> <p>Zu Beginn wird die Problematik Freizeit und der Kulturtourismus mit seinen Dimensionen und Ausprägungen definiert. Anschließend werden die soziodemographischen Einteilungskriterien auf dem Freizeitmarkt dargestellt und das Urlaubsverhalten der Kulturtouristen in unterschiedlichen Lebensphasen betrachtet. Die erlebnisorientierten Touristen der documenta X werden analysiert. Es folgt die Kategorisierung soziodemographischer Einteilungskriterien wie Alter, Bildungsgrad, Stellung im Arbeitsleben, Geschlecht sowie geographischer Kriterien. Besucherverhalten, Aufenthaltsdauer, Informationsgewinnung und Besucherzufriedenheit sind in der Analyse einbezogen.</p>
Ergebnis:	Es wurden einige Annahmen bestätigt. Dominierend bei der documenta waren die Besucher mit einem hohen Bildungsgrad, dies gilt für jedes Lebensalter. Eine deutliche Unterpräsenz liegt bei den Besuchern mit niedrigen Bildungsabschlüssen. Ferner wurde gezeigt, dass Besucher im Alter zwischen 20 und 29 Jahren an der documenta überproportional stark interessiert waren.
Anhang:	Keinen

Titel:	Unternehmenskommunikation und Mitarbeiterzufriedenheit in „Sunset Organisationen und -Projekten“. Eine empirische Untersuchung anhand der Mitarbeiterbefragung der documenta X.
Autor: Erscheinungsjahr:	Thomas Schmidt 1998
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse einer Mitarbeiterbefragung zur documenta X
Stichworte:	Unternehmenskommunikation, Mitarbeiterzufriedenheit, Motivationstheorie, documenta X
Ziel:	Das Hauptziel ist, aufzuzeigen, wie die Unternehmenskommunikation funktioniert und welche Auswirkungen diese auf die Mitarbeiterzufriedenheit hat. Ferner sollen die im Rahmen einer Teilerhebung vorliegenden Daten einen repräsentativen Querschnitt der Gesamtheit darstellen.
Kurzfassung:	Die Thematik wird praktisch mit Hilfe der Mitarbeiterbefragung bei der documenta X dargestellt. Der interne Aspekt der Unternehmenskommunikation wird aufgegriffen, der die Kommunikation im Innenverhältnis sowie die Kommunikation der Mitarbeitern nach außen einschließt. Nach der Begriffserklärung der Repräsentativität werden die verschiedenen Kommunikationswege und deren Bedeutung für die Mitarbeiter mit Hilfe der Besucherbefragung betrachtet. Es werden der Zusammenhang und die Diskrepanzen zwischen Unternehmenskommunikation und Mitarbeiterzufriedenheit dargestellt.
Ergebnis:	Es hat sich herausgestellt, dass die bereichsübergreifende Zusammenarbeit zu wenig stattgefunden hat. Demzufolge waren die Mitarbeiter nicht ausreichend informiert und hätten eine bessere Zusammenarbeit mit den Vorgesetzten gewünscht. Die Erwartungen bezüglich der Zusammenarbeit mit den Kollegen waren weitestgehend erfüllt. Die Mitarbeiterzufriedenheit auf der documenta X war im Allgemeinen mittel bis hoch einzuschätzen und die meisten Mitarbeiter würden wieder für eine documenta arbeiten.
Anhang:	Ergebnisse der Befragung mit der SPSS Auswertung.

Titel:	Wechselwirkung zwischen Motivation der Mitarbeiter und deren Arbeitsaufgaben und Arbeitsplatzbedingungen
Autor: Erscheinungsjahr:	Thomas Zimmermann 1998
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Mitarbeiterbefragung zur documenta X
Stichworte:	Mitarbeitermotivation, Mitarbeiterzufriedenheit, documenta X
Ziel:	Hängt der Erfolg von zeitlich begrenzten Unternehmensformen wie Messen oder Ausstellungen entscheidend von der Leistungsbereitschaft, der Kreativität und der Motivation derer Mitarbeiter ab? Ziel der Arbeit ist, anhand der gewonnenen Daten eine Motivationsstudie der Belegschaft der documenta X zu erstellen.
Kurzfassung:	Nach den definitorischen Grundlagen und einigen vorgestellten Motivationstheorien wird die Vorgehensweise der empirischen Erhebung beschrieben, bei der die Arbeitsaufgaben einzelner Mitarbeiter (Aufsichtsdienst, Kassendienst, Informationsdienst, Abteilung für Presse-, Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit, Telefonzentrale, 100 Tage/100 Gäste, EDV Abteilung, technische und künstlerische Leitung) der documenta X erläutert werden. Die analysierten Daten beziehen sich auf die Arbeitserwartungen und die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter.
Ergebnis:	Die Analyse hat gezeigt, dass die Erwartungen der Mitarbeiter aus allen Abteilungen in der Regel höher als die tatsächlichen Arbeitsbedingungen waren. Die Auswertungen der offenen Fragen haben bestätigt, dass die Mitarbeiter als positiven Punkt ihrer Arbeit die Zusammenarbeit mit den Kollegen sahen. In den zwischenmenschlichen Bereichen, bei denen die Mitarbeiter abteilungsübergreifend gearbeitet haben, war eine hohe Arbeitszufriedenheit vorhanden. Insgesamt hat sich gezeigt, dass für einen Großteil der Mitarbeiter aller Abteilungen die Arbeit bei der documenta X eine persönliche Bereicherung war. Trotz der teilweise großen Unterschiede bezüglich der Arbeitszufriedenheit würde der Großteil wieder für eine documenta arbeiten.
Anhang:	Fragebögen der einzelnen Abteilungen

Titel:	Individualisierung und Erlebnisorientierung von Konsumenten auf dem Freizeitmarkt – Eine empirische Analyse der erlebnisorientierten Kulturtouristen am Beispiel der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Michael Oschmann 1998
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Kulturtourismus, Freizeitverhalten, Freizeittheorie, Konsumverhalten, documenta X, Besucherbefragung
Ziel:	Ziel ist, die Strukturen, die sich im Zuge des Wertewandels der Erlebnisorientierung der Konsumenten im Kulturtourismus, ergeben, aufzuzeigen. Es soll die Individualisierung und Erlebnisorientierung der Konsumenten in ihrer Freizeit im Mittelpunkt stehen. Die Grundlage bietet eine empirische Untersuchung im Rahmen der documenta X, um die erlebnisorientierte Publikumsstruktur eines Besuches in Kassel in der Zeit der Ausstellung zu ermitteln.
Kurzfassung:	Die spezifischen Aspekte des Begriffs Freizeit werden zu Beginn aufgezeigt. Nachfolgend werden die Grundmuster des Freizeitverhaltens im Zuge des Wertewandels hin zur Individualisierung und Erlebnisorientierung ermittelt. Anschließend wird das Teilsystem Kulturtourismus auf dem Freizeitmarkt behandelt. Der Freizeitmarkt wird kurz skizziert, sowie der Begriff Kulturtourismus erläutert. Hierzu gehören auch die Bestimmungsfaktoren des Kulturtourismus, sowie deren Ausrichtung an der Nachfrage. Zusätzlich werden die Erscheinungsformen des Kulturtourismus und deren Marktpotentiale reflektiert. Die empirische Studie besteht aus einer Besucherbefragung zur documenta X, durchgeführt von der Universität Kassel und der Museum Fridericianum Veranstaltungs- GmbH in drei Wellen von Juni bis September 1997. Diese wird nach geographischen, soziodemographischen und verhaltensorientierten Kriterien systematisiert.
Ergebnis:	Es werden, unter anderem, folgende Ergebnisse erzielt: die Analyse lässt keine eindeutige Erlebnisorientierung im Kulturtourismus erkennen. Es waren weniger weibliche Besucher vertreten. Es bestand eine starke Unterpräsenz der älteren Bevölkerung. Der beschriebene Wertewandel, erkennbar an dem Verhaltensmuster der Besucher, lässt sich nicht auf die Gäste der documenta X übertragen. Somit ist anzunehmen, dass der kulturelle Aspekt bei den untersuchten Personen im Vordergrund stand.
Anhang:	Ergebnisse der Befragung

Titel:	Analyse der personellen und organisatorischen Strukturen am Beispiel der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Michael Deeg 1998
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Mitarbeiterbefragung zur documenta X
Stichworte:	Projektmanagement, documenta X, Projektorganisation, Mitarbeiterbefragung, Personalstruktur
Ziel:	Ziel ist, das Gefüge der Aufbau- und Ablauforganisation der dX aufzuzeigen, um Aussagen bezüglich der personellen und organisatorischen Strukturen zu treffen. Die empirische Studie soll eine repräsentative Erhebung der Mitarbeiterstruktur der documenta X liefern und Merkmale der Personalstruktur aufweisen. Hinweise zu den Anforderungen an Mitarbeiter soll für zukünftige documenta Ausstellungen gefunden werden. Anhand des empirischen Materials sollen Stellenbeschreibungen erstellt werden. Zusätzlich werden sozio-demographische Erkenntnisse erlangt, sowie Meinungen und Motivation der Mitarbeiter in Erfahrung gebracht.
Kurzfassung:	Im Mittelpunkt stehen die Mitarbeiter der documenta X und deren Tätigkeiten und Qualifikationen. Die Grundlage bietet eine empirische Studie, durchgeführt von Prof. Hellstern und Hr. Knierim, sowie von den Abteilungsleitern der documenta X im Zeitraum von Mitte August bis Mitte November 1997. Es wird zuerst auf Projektmanagement im Allgemeinen eingegangen. Anschließend werden die personellen und organisatorischen Anforderungen an das Projektmanagement erörtert. In dem empirischen Abschnitt werden die Befragungen bewertet und analysiert. Es wird insbesondere auf das sozio - demographische Profil und das Meinungsbild der Mitarbeiter eingegangen. Es folgt zudem eine abteilungsspezifische Betrachtung.
Ergebnis:	Der Autor kam zu den folgenden Ergebnissen: die Macher der documenta X sind überwiegend jung, hochgebildet und vorwiegend aus der nordhessischen Region. Frauen sind insgesamt stärker an der Regulierung der documenta beteiligt als Männer. Neben dem Motiv Geld zu verdienen, stehen sozial-kommunikative Motive im Vordergrund. Der Gesamteindruck fällt positiv aus. Die Ergebnisse der Stellenbeschreibungen weisen einen starken Einfluss der künstlerischen Leitung auf und können nur nach Relativierung zukünftig genutzt werden.
Anhang:	1. Stellenbeschreibungen 2. Mitarbeiterfragebögen

Titel:	Wirtschaftliche Auswirkungen der documenta X: eine empirische Analyse
Autor: Erscheinungsjahr:	Peter Breuer 1999
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung und vergleichbarer Studien und statistischer Daten
Stichworte:	Ökonomie, Kultursektor, regionalökonomische Effekte, Inzidenzanalyse, Input-Output Analyse, Multiplikatoranalyse
Ziel:	Ziel der Arbeit ist es, den Umfang der monetär quantifizierbaren ökonomischen Effekte der documenta – Ausstellungen für die Stadt und Region Kassel empirisch zu ermitteln und ihren Einfluss auf die regionale Produktion, Wertschöpfung und Beschäftigung aufzuzeigen.
Kurzfassung:	Sind die documenta – Ausstellungen ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für die Region? Rechtfertigen die von der documenta ausgehenden ökonomischen Effekte die Verwendung öffentlicher Gelder für Kunstausstellungen oder sind sie als reine Subventionszahlungen für den Erhalt der Ausstellungen zu sehen? Es wird angenommen, dass die regionalwirtschaftlichen Effekte der documenta X nur mit Hilfe einer primärstatistisch geprägten Methode realistisch quantifiziert werden können. Es werden die methodischen Probleme aufgezeigt, die bei der Quantifizierung regionalwirtschaftlicher Effekte auftreten, ebenso wie die Wirkungsarten und Messkonzepte. Danach wird der von der documenta X induzierte Kaufkraftzufluss von Besuchern und Mitarbeitern abgeschätzt und die regionalwirtschaftlichen Effekte systematisiert. Am Schluss werden die Probleme einer Inzidenzanalyse der documenta X dargestellt und erläutert.
Erfolge:	Die im Rahmen dieser Arbeit erhobenen Zahlen sind Abschätzungen unter Zuhilfenahme einiger Plausibilitätsüberlegungen. Durch die documenta X-bedingte Nachfrage wird eine inländische Wertschöpfung ausgelöst, die eine Erhöhung des Bruttoinlandsproduktes bewirkt. Im Bereich der Produktion sind bezüglich der Wertschöpfung die Dienstleistungssektoren, d.h. das Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe, sowie der Handel und die Nahrungs- und Genussmittelindustrie dominierend.
Anhang:	1. Besucher nach regionaler Herkunft 2. Aufenthaltsdauer der Mehrtagesbesucher 3. Übernachtungen der documenta X Besucher nach verschiedenen Kriterien 4. Ausgaben der documenta X Besucher nach verschiedenen Kriterien 5. Verhältnisberechnungen

Titel:	Ansatzpunkte zur Erfolgskontrolle von PR – Maßnahmen: Eine Medienresonanzanalyse der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Christiane Keim 1999
Methode:	Empirische Fallstudie, Analyse der Medienberichterstattung zur documenta X, Auswertungszeitraum: 20.06 – 27.06.1997
Stichworte:	Public Relations, Erfolgskontrolle, Medienberichterstattung, Medienresonanzanalyse
Ziel:	Ziel der Arbeit ist es, das Instrument der Erfolgsmessung theoretisch und praktisch darzustellen. Grundlage für die Analyse ist die Medienberichterstattung zur documenta X 1997 in Kassel. Mit der Analyse soll die Praxisrelevanz dieses Instrumentes der Erfolgsmessung überprüft werden. Es sollen mögliche Hinweise für die zukünftige Gestaltung von Kommunikationsmaßnahmen geäußert werden.
Kurzfassung:	In den Public Relations kommt der Medienresonanzanalyse als Instrument der Erfolgskontrolle eine zentrale Bedeutung zu. Es wird eine Positionsbestimmung von Public Relations durchgeführt und anschließend der Begriff der Erfolgskontrolle als Bestandteil des modernen Kommunikationsmanagements diskutiert. Es werden auch Modelle der Erfolgskontrolle erläutert. Im vierten Kapitel wird die Beziehung zwischen PR und Medien näher betrachtet und wechselseitige Einflussgrößen herausgearbeitet. In dem praktischen Teil der Arbeit wird zuerst die documenta GmbH und ihre Pressearbeit vorgestellt. Nachfolgend werden die Ergebnisse der Medienresonanzanalyse vorgestellt und interpretiert.
Ergebnis:	Es werden mehrere Thesen erzielt: die Medienresonanzanalyse hat für die Praxis eine große Bedeutung. Die Gesamtberichterstattung der documenta X ist durch eine neutrale Darstellung gekennzeichnet. Dies betrifft auch die Ausstellung als Ganzes. Die Autorin formuliert zudem inhaltliche und strukturelle Thesen, die Teil der Ergebnisse der Analyse darstellen.
Anhang:	1. Erfassungsbogen der Berichterstattung der documenta X 2. Vercodungsplan 3. Hinweise zur Aufbewahrung der Häufigkeitstabellen 4. Liste der ausgewerteten Zeitungen

Titel:	Die Wahrnehmung von Sponsoren: Eine Untersuchung zur kommunikativen Wirkung des Sponsorings am Beispiel der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Martin Sökefeld 1999
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse einer Sponsoringbefragung und Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Documenta X, Sponsoring, Besucherbefragung, Sponsoringbefragung, Effekte, Kommunikationsinstrument
Ziel:	Ziel ist, die subjektive Wahrnehmung von Sponsoren der documenta X zu ermitteln, um Rückschlüsse auf die kommunikative Wirkung des Sponsorings für die beteiligten Unternehmen zu erhalten. Die Grundlage bildet eine Sponsorenbefragung einerseits und die Besucherbefragung andererseits. Die Ergebnisse dienen der Sponsoringkontrolle, ebenso wie für entscheidungsrelevante Fragen der zukünftigen Planung.
Kurzfassung:	Zu Beginn werden die verhaltenswissenschaftlichen Wirkungsgrundlagen für Sponsoring aufgezeigt. Anschließend wird die documenta als Sponsoring Objekt, sowie die beteiligten dX –Sponsoren, vorgestellt. Vor der empirischen Analyse folgt die Beschreibung der durchgeführten Befragungen. Die Auswertungen der Sponsorenbefragung basieren auf dem Aspekt der Professionalität, dem Sponsoring als Kommunikationsinstrument und der Beurteilung des dX-Sponsorings. Die Ergebnisse der Besucherbefragung werden nach sozio-demographischen, geographischen, sowie psychographischen und verhaltensrelevanten Variablen ermittelt.
Erfolge:	Sponsoring hat als Kommunikationsinstrument bei allen acht dX-Sponsoren eine große Bedeutung, was vor allem an der positiven kommunikativen Wirkung liegt. Es hat Wirkungen auf das Image, den Bekanntheitsgrad und die Beziehungen zu den verschiedenen Zielgruppen. Bei der documenta X traten insbesondere die Deutsche Bahn und Volkswagen als Sponsoren in Erscheinung.
Anhang:	1. Statistisches Datenmaterial zur dX-Besucherbefragung 2. Fragebogen „dX-Sponsorenbefragung“ 3. Fragebogen „dX-Besucherbefragung“

Titel:	Event - Marketing unter Berücksichtigung der Documenta11
Autor: Erscheinungsjahr:	Janet Schwenk 2002
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse einer Unternehmensbefragung bezüglich Event-Marketing zur Documenta11
Stichworte:	Event, Marketinginstrument, Planungsprozess, strategisches Event – Marketing
Ziel:	Event- Marketing ist ein geeignetes Instrument, um Kommunikationsaktivitäten zu fördern. Daher stellen sich die Fragen nach der theoretischen Einordnung des Instrumentes in den Kontext der integrierten Kommunikation und nach der Erklärung der Wirkungsmechanismen. Dies soll in dieser Arbeit beantwortet werden.
Kurzfassung:	Auf Grund der Informationsüberlastung in unserer Gesellschaft entstehen immer neue Herausforderungen an die klassische Werbung; es wird schwieriger, den Kunden an Unternehmens- und Markenwelten zu binden. Dieses Phänomen kann auf den Kultursektor übertragen werden; daher wird in dieser Arbeit das Event - Marketing in Verbindung mit der Documenta11 behandelt. Es werden die Begrifflichkeiten zu der Thematik erläutert, ebenso wie Typologisierung und Erscheinungsformen. Die Planungsprozesse des strategischen Event – Marketings werden dargestellt. Abschließend erfolgt die Beschreibung der Inhalte und Methoden der Event – Marketingkontrolle. Im 4. Kapitel wird die Nutzung von Event – Marketing durch Unternehmen am Beispiel der Documenta11 dargestellt und analysiert. Die Basis für die Analyse bildet eine schriftliche Erhebung, die über den Einsatz und die spezifische Nutzung von Event – Marketing der Unternehmen im Raum Kassel Aufschluss geben soll.
Ergebnis:	Die Bedeutung des Event-Marketings wird auch in Zukunft kontinuierlich steigen. Die Planungsphase ist in diesem Zusammenhang besonders wichtig, um die Zielsetzung, eine klare Definition der Zielgruppen etc. fest zu legen. Im Zusammenhang mit einem möglichen Wirkungsverlust muss analysiert werden, inwiefern es zweckmäßig ist, mehrere kleine Veranstaltungen durchzuführen und sich auf wenige große Auftritte zu konzentrieren. Des Weiteren kommt die Autorin zu dem Ergebnis, dass Event – Marketing ein Kommunikationspool darstellt, der eingesetzt wird, um aktive, handlungsorientierte Teilnehmer einzubinden. Die Arbeit zeigt, dass die theoretischen Aussagen über die Entwicklung des Event - Marketings mit der durchgeführten Erhebung übereinstimmen.
Anhang:	1. Adressenliste der IHK über die 100 größten Unternehmen in Kassel (Kammerbezirk) 2. Anschreiben an die Befragten in Kassel 3. Fragebogen

Titel:	Tourismuseffekte von Ausstellungen – Eine Analyse der documenta – Besucher von 1992 – 2002
Autor: Erscheinungsjahr:	Katja Brauer 2002
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragungen zur documenta IX, X und 11
Stichworte:	Freizeit, Tourismus, Reiseverhalten, Kulturtourismus, Städtetourismus, Eventtourismus, documenta
Ziel:	Für die deutsche Bevölkerung ist Reisen eine bedeutsame Freizeitbeschäftigung. Die Ursachen für das Reiseverhalten der Deutschen wird gesucht, ebenso welche Tendenzen für die Zukunft maßgebend sind. Die Tourismuseffekte der documenta Ausstellungen in der Zeit von 1992 bis 2002 auf die Beherbergungsbetriebe der Stadt Kassel werden analysiert, um anschließend Aussagen über die Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen.
Kurzfassung:	Bevor die Autorin die Tourismuseffekte der documenta empirisch analysiert, werden in einem theoretischen Teil die Entwicklungen und Tendenzen des Tourismus aufgezeigt, um die Ursachen für die Zunahme des Reisens anhand des Reiseverhaltens der Deutschen dar zu legen. Zudem wird die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus auf internationaler und nationaler Ebene, sowie das Reiseverhalten von Touristen veranschaulicht. Anschließend werden Ausprägungen des Kultur-, Städte-, und Eventtourismus dargestellt. Im zweiten Teil der Arbeit werden Primär- und Sekundärdaten analysiert, um einen Überblick über die touristische Situation in Hessen, insbesondere Kassel, zu geben. Bestimmte Besuchergruppen werden im Detail behandelt.
Ergebnis:	Die Autorin kommt zu mehreren Ergebnissen. Die Tatsache, dass Kurzreisen insgesamt zunehmen, kann Kassel zu Gute kommen insbesondere in Anbetracht der Zunahme von Kulturreisenden. Ebenso stellt die Verfasserin fest, dass mehr und mehr Besucher der documenta die Ausstellung als Erlebnis empfinden. Demzufolge wechselt das Reisemotiv von der reinen Erholung hin zum Erleben. Vorausschauend werden einige Vorschläge zur Förderung der Tourismuseffekte in der Region Kassel gemacht.
Anhang:	Keinen

Titel:	Analyse der Organisationsstruktur der documenta – Untersuchung der Netzwerkbeziehungen zwischen künstlerischer Leitung und Kuratoren Team von documenta IX bis 11 anhand des Transaktionskosten- und des Ressource - Dependence Ansatzes
Autor: Erscheinungsjahr:	Verena Horn 2002
Methode:	Empirische Fallstudie; Erstellung von Netzwerken auf der Basis verschiedener Quellen
Stichworte:	Documenta, Netzwerktheorien, Organisationsformen, Transaktionskostenansatz, Resource - Dependence Theorie
Ziel:	Inwiefern Organisationsstrukturen den Unternehmenserfolg beeinflussen ist auch für den Kulturbereich von Interesse. Aus diesem Grund ist das Ziel dieser Arbeit, eine erweiterte Analyse der Netzwerkbeziehungen zwischen künstlerischer Leitung und Kuratoren Team von der documenta IX bis 11 durchzuführen. Mit Hilfe der Netzwerktheorien, des Transaktionskostenansatzes und des Resource Dependence - Ansatzes wird gezeigt, dass bei jeder documenta ein internationales Kuratoren-Team entsteht. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht die Frage nach den Merkmalen, welche die Netzwerkbeziehungen prägen.
Kurzfassung:	Zu Beginn der Arbeit wird die theoretische Entstehung, die Organisation ebenso wie spezifische Merkmale von Netzwerken mit Hilfe des Transaktionskostenansatzes und der Resource – Dependence Theorie untersucht und begründet. Im Kapitel C werden die zuvor erläuterten Theorien angewendet, indem zu der documenta IX, X und 11 jeweils ein documenta Netzwerk erstellt wird. Die Netzwerke basieren auf den biographischen Daten der künstlerischen Leitung und des Kuratoren-Teams. Es wird der Zusammenhang zwischen Herkunft der Kuratoren und der Künstler analysiert. Im Laufe der Analyse werden zwei Hypothesen aufgestellt. Erstens entsteht bei jeder documenta ein Netzwerk aus Kuratoren, da die künstlerische Leitung ihren Wissens- und Erfahrungsschatz über Künstler erweitern muss. Zweitens besteht ein Zusammenhang zwischen der Herkunft der Kuratoren und der Abstammung der Künstler, da die ausgewählten Kuratoren bevorzugt Künstler aus der eigenen Heimat auswählen.
Ergebnis:	Die Ergebnisse der Untersuchung belegen die Richtigkeit des Ansatzes und die Nutzung des Begriffes Netzwerk. Es wurde kein Zusammenhang zwischen den früheren Tätigkeiten der Kuratoren und der Herkunft der Künstler ersichtlich, jedoch gibt es eine Verbindung bezüglich der Herkunft. Zudem wurden positive und negative Zusammenhänge zwischen der künstlerischen Leitung und der Künstler-Auswahl festgestellt, die nicht unbedingt in der Herkunft der Künstler zu finden waren.
Anhang:	1. Biographische Daten der Kuratoren, 2. Herkunft der Künstler, 3. Erweiterte documenta Netzwerke

Titel:	Vergleich von Segmentprofilen der Documenta11 – eine empirische Analyse von Besucherprofilen nach Geschlecht
Autor: Erscheinungsjahr:	Udo Kotlorz 2002
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragungen zur Documenta11
Stichworte:	Documenta11, Geschlechterrollen, Kulturmarketing, Non -Profit Unternehmen
Ziel:	Die documenta kann unter dem Aspekt der Publikumsentwicklung im Sektor der Kunstmuseen und –Veranstaltungen betrachtet werden. Daher stellt sich die Frage, welche Publikumssegmente heutzutage von der documenta angesprochen werden. Ziel der Arbeit ist es, die Besucherprofile nach dem Kriterium des Geschlechtes am Beispiel der Documenta11 zu untersuchen. Es sollen die geschlechterspezifischen Unterscheidungen hinsichtlich Motivation und Verhaltensweisen des Publikums herausgestellt und bezüglich einer Kundenbindung überprüft werden. Zudem soll die Frage nach einer Notwendigkeit einer speziellen Marketingkonzeption für Kunstausstellung beantwortet werden.
Kurzfassung:	Zu Beginn wird auf den Wandel und die Konstanz von Geschlechterrollen eingegangen. Es folgt ein Überblick über Kulturmarketing, welches die Besucherforschung einbezieht. In der empirischen Analyse werden die Ergebnisse anhand demographischer, geographischer und verhaltensorientierter Persönlichkeitsmerkmale, sowie der subjektiven Wahrnehmung der Besucher analysiert. Anschließend werden zudem die Daten zur Kundenbindung näher erörtert.
Ergebnis:	Potentielle zukünftige Stammbesucher bleiben aus. Zudem ist ein enormer Rückgang der unter 30-jährigen Besucher zu verzeichnen. Die Merkmale der Besucher verändern sich; es ist eine zunehmende Zahl von Frauen und ausländischem Publikum zu verzeichnen. Ein spezielles Kulturmarketing könnte für eine zielgerichtete und kundenorientierte Ansprache sorgen.
Anhang:	1. Fragebogen Besucherbefragung 2. Codebuch Documenta11

Titel:	Internationaler Kulturtourismus – eine empirische Analyse der ausländischen Besucher der documenta X
Autor: Erscheinungsjahr:	Alexandra Boog 2002
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Tourismus, documenta X, Kulturtourismus, Wertewandel, Kulturtouristen, Imagebildung, Publikumsbindung, Herkunftsstruktur
Ziel:	Ziel der Arbeit ist, den Kulturtourismus genauer zu explizieren. Zudem sollen die Chancen und Risiken für Städte und Regionen mit kulturtouristischen Angeboten dargelegt werden. Grundlage bietet eine Besucherbefragung im Rahmen der documenta X, hierbei wird untersucht inwiefern sich die Besucher bezüglich ihrer Provenienz unterscheiden und welche Gründe der Herkunftsstruktur zugrunde liegen. Der Schwerpunkt der Analyse liegt bei den ausländischen Besuchern.
Kurzfassung:	Der Tourismus hat sich im Laufe der letzten Jahrzehnte zu einem der wichtigsten Wirtschaftszweige der Welt entwickelt. Dementsprechend hat die Kulturtourismus-Nachfrage einen Wachstum erlebt. Die wachsenden Besucherzahlen der documenta Ausstellungen zeigen das steigende Interesse an kulturellen Veranstaltungen. Die Bedeutung des Tourismus hinsichtlich des Begriffs, der Motivation, der wirtschaftlichen Bedeutung und der internationalen Komponente wird zu Beginn erläutert. Es wird der internationale Kulturtourismus in Bezug auf die Begrifflichkeit, die Strukturmerkmale von Kulturtouristen, die Chancen und Risiken von Kulturtourismus im Allgemeinen, sowie deren negative Auswirkungen dargestellt. Anschließend wird die Besucherbefragung im Rahmen der documenta X analysiert; hierfür werden geographische, sozio - demographische und verhaltensorientierte Merkmale der Kulturtouristen herangezogen, genauso wie Aspekte der subjektiven Wahrnehmung. Im Anschluss werden die Daten der ausländischen Besucher, ebenso mit Hilfe der genannten Merkmale, herangezogen und analysiert. Zum Schluss wird auf die Herkunftsstruktur der ausländischen documenta X Besucher eingegangen und Zukunftsaussichten im Kulturtourismus gegeben.
Ergebnis:	Der Kulturtourismus wird in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Es ist jedoch mit einer verschärften Wettbewerbssituation zu rechnen. Um angemessene Produkte und Dienstleistungen anzubieten und unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen, sollte es eine Definition der Zielgruppen geben. Zielgruppen aus dem Ausland nehmen an Bedeutung zu; das Internet spielt hierbei eine wichtige Rolle.
Anhang:	Fragebogen

Titel:	Die Bewertung von Ausstellungen durch das Publikum – eine explorative Ursachenanalyse des documenta – Publikums
Autor: Erscheinungsjahr:	Ptissam Bougrine 2002
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung zur documenta X
Stichworte:	Documenta X, Besucherforschung, Marktforschung, Besucherverhalten, Konsumentenverhalten
Ziel:	Ziel der Arbeit ist es, die verschiedenen Strukturen der Besucher einer Kunstaussstellung aufzuzeigen. Hierbei sollen insbesondere das Bewertungsverhalten und die Zufriedenheit der Besucher analysiert werden. Grundlage der Analyse bildet die Besucherbefragung während der documenta X. Insbesondere wird die Konsumentenforschung betrachtet. U.a. werden Berufsgruppe, Bildungsstand, Herkunft, Besuchsmotiv etc. auf Signifikanz getestet.
Kurzfassung:	Zu Beginn wird die Bedeutung von Besucherverhalten erläutert und die psychischen und sozialen Determinanten, sowie die Umwelt des Konsumenten in die Betrachtung einbezogen. Anschließend steht die documenta X im Fokus. Die verschiedenen Aspekte der Marktforschung werden vorgestellt und mit der documenta verknüpft. In dem nachfolgenden empirischen Kapitel wird die Besucherbefragung zur documenta X dargestellt und analysiert. Dem Besucherprofil, d.h. der Besucherstruktur, Besuchereinstellung und des Besucherverhaltens des Publikums wird besondere Beachtung geschenkt. Die aussagekräftigen Merkmale der Gesamtbewertung werden gegeneinander abgewogen und die Variablen auf ihre Abhängigkeit überprüft. In diesem Kapitel werden mehrere Thesen aufgestellt und geprüft. Zum Beispiel wird in Bezug auf das Besucherverhalten untersucht, ob die Besucher, die den Besuch längerfristig planen, zufriedener sind als Spontanbesucher.
Ergebnis:	Ein Zusammenspiel von kulturellen, sozialen, persönlichen und psychologischen Faktoren bestimmt das Besucherverhalten. Die Ausstellung bildet zwar die Kernleistung der documenta X, aber andere Kriterien wie Service, Orientierungshilfen und zusätzliche Veranstaltungen beeinflussen die Besucherzufriedenheit maßgeblich. Diese können als Wettbewerbsvorteile genutzt werden.
Anhang:	Ergebnisse der Besucherbefragung der documenta X

Titel:	Profilanalyse von Ausstellungsbesuchern: Stabilität und Varianz des Documenta – Publikums 1992 – 2002
Autor: Erscheinungsjahr:	Vladimir Jescht 2002
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragungen zur documenta IX, X und 11
Stichworte:	Besucherkforschung, Besucherstrukturanalyse, Besuchsmotive, Informationsverhalten, documenta – Publikum
Ziel:	Kulturelle Einrichtungen stehen einem komplexer werdenden Publikum gegenüber, dass allgemeingesellschaftlichen Veränderungsprozessen unterworfen ist. Ziel dieser Arbeit ist es, die Besucherbefragung der documenta Ausstellungen 1992, 1997 und 2002 miteinander zu vergleichen, um die Veränderungen der Besucherstrukturen in Form von gewandelten soziodemographischen Aspekten, Einstellungen und Verhaltensweisen aufzuzeigen. Die Grundlage für die Untersuchung liefern die Besucherbefragungen der angegebenen Jahre.
Kurzfassung:	Zu Beginn werden der Prozess und die Hauptgebiete der Besucherforschung vorgestellt. Hierbei werden die Evaluationsstudie und insbesondere die Besucherstrukturanalyse mit ihren Merkmalen und Kriterien präsentiert. Anschließend wird die empirische Studie dargestellt und analysiert. Es wird anhand der vorgestellten Merkmale und Kriterien der Besucherstrukturanalyse ein Profil des documenta – Publikums erstellt und den Resultaten früherer Untersuchungen gegenübergestellt. Zudem wird auf das Informationsverhalten und die Besuchsmotive eingegangen.
Ergebnis:	Die Ergebnisse der Analyse zeigen ein relativ beständiges Erscheinungsbild der documenta -Besucher, jedoch sind auch einige wenige Veränderungen zu verzeichnen. Hierzu gehört unter anderem das Alter der Besucher, das Geschlecht, die berufliche Stellung und die Besuchssequenz. Es handelte sich um eine alternde Besucherschaft, die häufig bereits etabliert ist. Neue junge Kunstinteressierte sind vermindert präsent.
Anhang:	Keinen

Titel:	Gatekeeper in der Informationsbranche – eine Rezeptions- und Diffusionsanalyse der dpa zur Documenta11
Autor: Erscheinungsjahr:	Nicholas Neu 2002
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Berichterstattung der dpa zur Documenta11
Stichworte:	Informationsbranche, Gatekeeper- Forschung, Deutsche Presse-Agentur (dpa), Documenta11, Nachrichtenagentur, Medienresonanzanalyse
Ziel:	Bevor bestimmte Informationen an die Öffentlichkeit gelangen, werden diese ausgefiltert. In der Kommunikationswissenschaft wird diese Funktion als Gatekeeper bezeichnet. Wie sich diese Gatekeeperfunktion in der Arbeit der Deutschen Presse-Agentur (dpa) widerspiegelt bzw. welche Schwerpunkte die Agentur in der Informationsverbreitung setzt und wie groß letztendlich die Reichweite der dpa-Berichterstattung ist, soll in dieser Arbeit mit Hilfe der Rezeptions- und Diffusionsanalyse dokumentiert werden.
Kurzfassung:	Nach einer Erläuterung des Gatekeeper- Begriffs, seiner Bedeutung für die Berichterstattung in den Medien und seiner Einbettung in den kommunikationswissenschaftlichen Kontext folgt eine kritische Auseinandersetzung mit der Messung und Bewertung der Öffentlichkeitsarbeit, in deren Mittelpunkt die Medienresonanzanalyse als Überbegriff der Rezeptions- bzw. Inhalts- und Diffusionsanalyse steht. Die documenta GmbH und ihre Pressearbeit, sowie die Funktionsweise der dpa werden vorgestellt. Der Schwerpunkt der Arbeit ist die Berichterstattung des dpa-Büros Kassel über die Documenta11.
Ergebnis:	Die Deutsche Presse-Agentur nimmt im Selektionsprozess auf dem deutschen Medienmarkt eine wichtige Funktion ein, die in der Kommunikationswissenschaft als Gatekeeper bezeichnet wird. Die durchgeführten Untersuchungen der Medienberichterstattung über die Eröffnung der Documenta11 im Rahmen dieser Arbeit haben gezeigt, wie groß die Bedeutung der dpa für den deutschen Zeitungsmarkt ist. Die Texte der dpa sind in fast der Hälfte aller Tageszeitungen (47%) zu finden. 65 der 136 „Publizistischen Einheiten“ griffen bei der Berichterstattung über die documenta - Eröffnung auf das Material der dpa zurück. Die Bedeutung der dpa war für die Veranstalter der Documenta11, die auf eine wirksame Öffentlichkeits- und Pressearbeit angewiesen sind, von großer Bedeutung. Die Gesamtauflage der Zeitungen betrug mehr als 7,7 Millionen Exemplare und hatte 15,95 Millionen Leser. Damit erreichten die dpa-Berichte über die documenta - Eröffnung 19,4 % der Bevölkerung in Deutschland.
Anhang:	Dokumentierte Interviews / Gespräche

Titel:	Analyse der Besucherstruktur der documenta anhand empirischer Daten
Autor: Erscheinungsjahr:	Oliver Bracht 2003
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragungen der documenta IX, X, 11
Stichworte:	Besucherbefragung, Besuchermanagement, Kommunikation, Segmentierung, Besucherstruktur
Ziel:	Ziel ist, Kontinuität und Wandel der Besucherstruktur der documenta zu analysieren. Die Leitfrage der Analyse lautet: Wie hat sich die Besucherstruktur der documenta im Untersuchungszeitraum entwickelt? Welche Merkmale haben sich verändert? Welche Merkmale sind konstant geblieben?
Kurzfassung:	Im ersten Teil wird das Kunstpublikum theoretisch betrachtet. Zu dem theoretischen Teil gehören u. a. Segmentierungskriterien, Besucherzahlen, Methode. Im empirischen Teil wird die Besucherstruktur nach Fragen zum Besucher (z.B. Geschlecht und Alter, Herkunft, Beruf und Bildung) und Fragen zum Besuch (z.B. Verwendungsmerkmale, Besuchsentschluss) analysiert.
Erfolge:	In Tabelle 20 werden alle Ergebnisse der Veränderungen und Konstanten der documenta- Besucherstruktur aufgelistet. Die Entwicklung der Besucherstruktur der documenta ist ambivalent, da sich einige Merkmale im Untersuchungszeitraum verändert haben, andere sind stabil geblieben. Das Publikum ist im Untersuchungszeitraum gebildeter und kunstkompetenter geworden.
Anhang:	1. Ergebnisse der Besucherstrukturanalysen in Tabellen 21 – 54 2. Fragebogen der documenta IX – 11

Titel:	Erfolgskontrolle im Event – Management: eine computergestützte Analyse der Medienwirkung der Documenta11
Autor: Erscheinungsjahr:	Anja Schatka 2003
Methode:	Empirische Fallstudie Medienresonanzanalyse der ersten Woche der Documenta11
Stichworte:	Unternehmenskommunikation, documenta, Medienresonanzanalyse, Eventmarketing, Inhaltsanalyse
Ziel:	Nicht nur Unternehmen, sondern auch kulturelle Institutionen müssen kommunikationspolitische Instrumente sinnvoll nutzen. Ziel ist, eine Erfolgskontrolle im Event – Management am Beispiel der Medienresonanz der Documenta11 durchzuführen, so dass Defizite in diesem Bereich aufgezeigt werden können.
Kurzfassung:	Schwerpunkt der computergestützten empirischen Analyse der Medienresonanz der Documenta11 liegt auf der ersten Ausstellungswoche. Es werden Artikel von deutschen Print und Online Medien unter die Lupe genommen. Welche Stellung erreicht die Documenta11 in der deutschen Presse während der 100 Tage der Ausstellung? Um diese Frage zu beantworten, werden im Kapitel zwei Instrumente der Unternehmenskommunikation vorgestellt. Nachdem im dritten Kapitel die documenta, im vierten das Untersuchungsdesign der Analyse und im fünften Kapitel die quantitative Verteilung der Analyse betrachtet wird, folgt die empirische Analyse.
Ergebnis:	Die Annahme, dass kommunikationspolitische Instrumente für Unternehmen und kulturelle Institutionen an Bedeutung zunehmen, wird bestätigt. Die Analyse hat gezeigt, dass die Documenta11 das Instrument der Medien sinnvoll genutzt hat. Unter anderem hat die Analyse gezeigt, dass der Name documenta in den Überschriften mit einem Anteil von 70% genannt wurde. Der Ausstellungsort Kassel wurde häufig direkt genannt. Der Bekanntheitsgrad der documenta ist durch die Presse gestiegen.
Anhang:	1. Liste der Worthäufigkeiten 2. Kategoriensystem 3. Gesamter Untersuchungsgegenstand der Print – Medien 4. Gesamter Untersuchungsgegenstand der Online – Medien

Titel:	Evaluation kommunikationspolitischer Instrumente am Beispiel der Pressearbeit der Documenta 11
Autor: Erscheinungsjahr:	Marco Weide 2003
Methode:	Empirische Fallstudie Befragung von Journalisten über die d11 und die Pressearbeit
Stichworte:	Kommunikationspolitische Instrumente, Pressearbeit, documenta, Medienresonanzanalyse, PR Maßnahmen
Ziel:	In dieser Arbeit soll ein Überblick über wichtige Evaluationsmethoden kommunikationspolitischer Instrumente mit Schwerpunkt auf dem Instrument PR gegeben werden. Die empirische Studie zur d11 soll Schwerpunkt der Arbeit sein, um die Öffentlichkeits- und Pressearbeit anhand dieses Beispiels zu untersuchen. Die Studie soll klären, ob und inwiefern eine Evaluation der Pressearbeit durchführbar ist. Zum anderen sollen die Ergebnisse der Analyse Aufschluss darüber geben, ob die Journalisten zur d11 gute Pressearbeit lieferten.
Kurzfassung:	Der Fragebogen, der Grundlage der Analyse ist, richtete sich an alle Chefredakteure von deutschen Redaktionen und Nachrichtenagenturen, die regelmäßig über Kunst und Kultur berichten. Um die empirische Fallstudie angemessen zu analysieren, wird zu Beginn der Arbeit auf bestimmte Fachtermini eingegangen. Es werden Begriffe wie Evaluation, Kommunikation, Public Relations, definiert. Anschließend werden im 2. Kapitel verschiedene Evaluationsmethoden, u.a. die Medienresonanzanalyse, vorgestellt. Im 3. Kapitel wird die Pressearbeit der d11, d.h. PR – Maßnahmen, Pressestelle und der Umgang mit den Journalisten betrachtet. Nachfolgend wird der ausgewertete Fragebogen vorgestellt und analysiert.
Ergebnis:	Durch die Befragung kann nur bedingt Rückschluss auf Wirkungen und Qualität der zur d11 geleisteten Pressearbeit gegeben werden. Die Analyse erzielte mehrere Ergebnisse von denen hier nur drei aufgelistet werden. Die Pressearbeit wird von den Befragten als überwiegend positiv bewertet. Die befragten Redaktionen erachten die documenta als die „wichtigste“ internationale Ausstellung zeitgenössischer Kunst. Die Mehrheit der Journalisten hielt sich länger als drei Tage auf der Ausstellung auf.
Anhang:	1. Anschreiben 2. Fragebögen 3. Beispiel für Nachfassaktion 4. SPSS Tabellen 5. SPSS Kreuztabellen 6. SPSS Tabellen mit Chi-Quadrat-Test

Titel:	Computergestützte Wirkungsanalyse der Berichterstattung der Documenta11
Autor: Erscheinungsjahr:	Sven Lieder 2003
Methode:	Empirische Fallstudie Wirkungsanalyse der Berichterstattung zur Documenta11
Stichworte:	Medienwirkung, Berichterstattung, Documenta11, Inhaltsanalyse, Kategoriensystem
Ziel:	Die inhaltlichen und formalen Muster der Berichterstattung über die Documenta11 sind Untersuchungsgegenstand der Arbeit. Es soll eine Wirkungsanalyse durchgeführt werden, um Wirkungszusammenhänge aufzuzeigen und hierdurch u.a. Wirkungshypothesen über Verhalten der Rezipienten aufstellen zu können. Zudem soll untersucht werden, ob dabei Unterschiede zwischen den verschiedenen Medien bestehen.
Kurzfassung:	Es werden verschiedene Ansätze von Medienwirkung vorgestellt. Hierzu gehören u. a. sozialpsychologische und soziologische Ansätze. Im dritten Kapitel wird die Untersuchung vorgestellt, wobei zuerst auf die Untersuchungsmethode, die Inhaltsanalyse, eingegangen wird. Der anschließende empirische Teil basiert auf einer Analyse der Berichterstattung über die Documenta11 vom 8.6.2002 bis 14.6.2002. Dieser Zeitrahmen wird gewählt, um unterschiedliche Hypothesen beantworten zu können, die sich erstens auf die Art und Weise der Berichterstattung beziehen und zweitens auf die Wirkung auf den Rezipienten. In Kapitel vier wird in Zusammenhang mit der Durchführung der Analyse das Analyseverfahren und das Kategoriensystem vorgestellt. Abschließend werden die Ergebnisse der Untersuchung, unter anderem, in Anbetracht des Umfangs der Artikel, der Verwendung von Bildmaterialien, der Präsentation der Artikel, des Veröffentlichungsgebiet der Artikel etc. dargestellt.
Ergebnis:	Im Folgenden werden einige Hypothesen aufgelistet: Es gab nur eine geringfügig höhere Zahl an längeren Artikeln als an kurzen. Es ergab sich kein Unterschied in der Nutzung meinungs- und tatsachenbetonter Stilformen. Meistens wurden Artikel mit weniger Bildern veröffentlicht. Es hat sich bestätigt, dass in der Berichterstattung der überregionalen Zeitungen längere und meinungsbetonte Artikel überwiegen. Bestätigt wurde auch, dass am Anfang und Ende der Ausstellung eine besondere Berücksichtigung in der Presse stattfand. Es ergab sich, dass durch die Nennung der Stadt Kassel in den Artikel ein Wirkungseffekt wahrscheinlich ist. Es hat keine differenzierte Berichterstattung der teilnehmenden Künstler stattgefunden. Es sind nur geringe Effekte auf die Sponsoren zu erwarten.
Anhang:	1. Leseprogramm der Metropol- Gesellschaft 2. Auflagen der Zeitungen 3. Künstler der Documenta11 4. Das Kategoriensystem 5. Quantitative Entwicklung der Berichterstattung 6. Datentabellen: Charakteristika der Berichterstattung 7. Quantitative Entwicklung der Berichterstattung

Titel:	Marktsegmentierung des Publikums der Documenta11
Autor: Erscheinungsjahr:	Dennis Klein 2003
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung
Stichworte:	Besucherezufriedenheit, Single –Linkage -Verfahren, Clusteranalyse, Diskriminanzanalyse, K- Means- Verfahren, Ward- Verfahren, Segmentierung
Ziel:	Ziel ist, die Besucher der Documenta11 in einzelne Besuchersegmente mit homogenen Interessen, Voraussetzungen und Motivationen zu unterteilen, damit eine zielgruppenorientierte Marketingstrategie zur segmentspezifischen Marktbearbeitung formuliert werden kann. Es soll eine effektivere Allokation des vorhandenen Marketingbudgets verfolgt werden.
Kurzfassung:	Zu Beginn werden Theorien und Grundlagen, sowie mögliche Probleme der Marktsegmentierung behandelt. Es werden die ausgewählten Segmentierungskriterien vorgestellt und erläutert. Die empirische Untersuchung beginnt mit der Bildung psychographischer Segmentierungskriterien. Die Marktsegmentierung wird mit Hilfe einer Clusteranalyse durchgeführt. Anschließend werden die Cluster mit den Segmentierungskriterien, d.h. den manifesten Variablen und den gebildeten Komponenten mit weiteren passiven Variablen beschrieben. Durch die Charakterisierung der Segmente sollen Handlungsempfehlungen für die Marktbearbeitung der ausgewählten Zielsegmente herausgearbeitet werden.
Erfolge:	Es wurden mehrere Ergebnisse erzielt. Hier werden nur einige aufgelistet. Die Besucher des ersten Segments beurteilen die Documenta11 und den Services überdurchschnittlich positiv. Sie weisen ein überdurchschnittliches Bildungsniveau auf und haben signifikant häufig beruflich mit Kunst zu tun. Besucher des zweiten Segments entscheiden sich eher spontan für einen Besuch der documenta.
Anhang:	Fragebogen

Titel:	Erfolgskontrolle in der Öffentlichkeitsarbeit: eine computergestützte Analyse der lokalen Berichterstattung zur Documenta 11
Autor: Erscheinungsjahr:	Franca Thielemann 2004
Methode:	Empirische Fallstudie Computergestützte Inhaltsanalyse der Berichterstattung zur Documenta 11
Stichworte:	Medienresonanzanalyse, Documenta 11, Öffentlichkeitsarbeit, Berichterstattung, Inhaltsanalyse
Ziel:	Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, Umfang und Themenschwerpunkte der Berichterstattung über die Documenta 11 in der lokalen Presse zu ermitteln. Die folgende Frage ist für die folgende Untersuchung zentral: Wie umfangreich und mit welchen Themenschwerpunkten wird das Weltereignis der eigenen Region in der lokalen Presse thematisiert und wie berichten die unterschiedlichen Redaktionen innerhalb der HNA über die Documenta 11?
Kurzfassung:	Die documenta ist ein Beispiel für ein Unternehmen, dem es gelungen ist, sich durch Medienpräsenz zu einer Marke zu entwickeln. Untersuchungen zum Lokaljournalismus haben die große Bedeutung der lokalen Presse zur Aktivierung und Identifikationsfindung herausgearbeitet. Daher soll die Berichterstattung der Documenta 11 analysiert werden. Vorerst werden die Aufgaben einer Evaluation von Öffentlichkeitsarbeit beschrieben und Forschungskonzepte zur Analyse der Wirkungen von Medien, sowie kurz die Bedeutung der Lokalpresse aufgezeigt. Anschließend werden die empirischen Daten analysiert und die Ergebnisse der computergestützten Inhaltsanalyse der Beiträge vorgestellt.
Erfolge:	Die Zusammenarbeit zwischen der HNA und der Öffentlichkeitsarbeit der documenta GmbH kann als Erfolg gewertet werden. Mit einem Anteil von 5% der Gesamtberichterstattung fand Kassel als Veranstaltungsort jedoch nur sehr geringe Resonanz, gerade im Verhältnis zu dem weitaus höheren Anteil (36,5%) der documenta-Nennungen.
Anhang:	1. Das Kategoriensystem 2. Liste der Worthäufigkeiten

Titel:	Gezeigte und geliebte Kunst. Rezeptionsstrukturen zeitgenössischer Kunst, dargestellt am Beispiel der Documenta11
Autor: Erscheinungsjahr:	Christian Gösel 2004
Methode:	Empirische Fallstudie Besucherbefragung der d11 mit Schwerpunkt auf Künstler- und Kunstwerkpräferenzen der Besucher
Stichworte:	Documenta11, Kunstrezeption, Publikum, Zugangsbedingungen, Rezeptionsvorgaben, Präferenzen
Ziel:	In dieser Arbeit werden die kunstwissenschaftliche und die wirtschaftswissenschaftliche Disziplin kombiniert, um die Betrachtungsstrukturen auf Kunst von Seiten des Betrachters bei der d11 zu analysieren. Ziel ist, die äußeren Zugangsbedingungen wie unter anderem der institutionelle Rahmen und das Kunstpublikum zu betrachten. Zur Analyse dient die Besucherbefragung während der d11, wobei die ausgewerteten Künstler- und Kunstwerkpräferenzen den Schwerpunkt bilden. Es soll anhand differenzierter Analysen eine spezifische Kunstbetrachtung aufgezeigt werden, damit in einem ausgesuchten Kunstwerk ein Beziehungsviereck ‚Künstler- Kunstwerk- Institution- Betrachter‘ verfolgt werden kann.
Kurzfassung:	Die Kommunikationsangebote eines Kunstwerks an den Rezipienten sind vielschichtig, daher wird sich in der Analyse einem ausgesuchten Kunstwerk genähert. In diesem sollen die festgestellten Zugangsbedingungen für den Betrachter angeführt und den werkimmanenten Betrachtungsordnungen gegenübergestellt werden. Nach dem einleitenden Abschnitt wird im 2. Kapitel den theoretischen Betrachtungsweisen zur Kunstrezeption Rechnung getragen, anschließend werden die äußeren Zugangsbedingungen bzw. –Angebote behandelt, wobei die Zugangsbedingungen für Kunstrezeption bei der documenta betrachtet werden. Die künstlerischen Präferenzen des Documenta11 Publikums und die daraus resultierende Kunstbetrachtung werden analysiert. Abschließend wird ein Kunstwerk der documenta 11 ausgewählt und hinsichtlich der Zugangsbedingungen und Rezeptionsvorgaben analysiert.
Ergebnis:	Das Betrachten von Kunst auf der d11 wird von mehreren inneren wie äußeren Faktoren des Kunstwerks beeinflusst. Zu den äußeren Faktoren gehören die Rahmenbedingungen wie die Unterbringung der Kunstwerke. Zudem spielen historische Vorbedingungen, ebenso wie Inszenierungstechniken und die räumliche Gestaltung eine wichtige Rolle. Die Analyse der Besucherbefragung hat gezeigt, dass der Kunstbetrachter je nach seinen demographischen und sozistruktuellen Merkmalen, ebenso in Abhängigkeit von Besuchsmotiven und Präferenzen Kunst betrachtet.
Anhang:	1. Bildquellen 2. Tabellen zu den Künstlerpräferenzen des d11 Publikums

Titel:	Ruhm und Rang am Kunstmarkt – eine empirische Analyse anhand des Kunstkompasses über die Entwicklung der documenta Künstler
Autor: Erscheinungsjahr:	Timothy Motschmann 2007
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse von Daten hinsichtlich Bekanntheitsgrad der documenta Künstler
Stichworte:	Kunstkompass, Kunstmarktglobalisierung, Nationalitätenverteilung, Bekanntheitsgrad, Kunstmarkt
Ziel:	Ziel ist es, die folgenden Fragen zu beantworten: wie "global" gültig ist ein Orientierungsinstrument wie der Kunstkompass, der Meinungen über Qualität veranschaulicht, im Hinblick auf Künstler der documenta? Was sagt es über globale Entwicklungen auf dem Kunstmarkt aus? Gegenstand dieser Arbeit ist eine empirische Erhebung, die von Willi Bongard und Linde Rohr-Bongard von 1970 bis heute durchgeführt wurde und in Tabellenform vorliegt.
Kurzfassung:	Zu Beginn werden die Hintergründe und historischen Voraussetzungen der documenta Ausstellung erklärt und die Bedingungen der Entstehung einer weltweit akzeptierten Kunstaussstellung dargestellt. Es wird die Idee und Methodik des Kunstkompasses vorgestellt. Mit Hilfe der Daten von Willi Bongard und Linde Rohr-Bongard wird betrachtet, inwieweit ein Auftritt eines Künstlers auf der documenta in Kassel zum wesentlichen Aufstieg im Bekanntheitsgrad und Ruhmesrang am Kunstmarkt bzw. im Kunstkompass beitragen hat. Anschließend werden die Daten hinsichtlich der Verteilung der am Meisten nachgefragten Künstler der Gegenwart bezüglich der Nationalitätenverteilung und Kunstmarktglobalisierung analysiert.
Erfolge:	Die Ranglisten insgesamt machen deutlich, dass das Zentrum des Kunstgeschehens nach wie vor den westlichen Kulturen folgt und von einer interessensspezifischen Führung der USA und Europas bestimmt wird. Allerdings kann prognostiziert werden, dass der chinesische Kunstmarkt wesentlich an Bedeutung gewinnen wird. Auch der Kunstkompass wird als etablierte Kunstkennerliteratur nicht an Signifikanz verlieren.
Anhang:	Im Text: Ranglistenübersicht Kunstkompass von 1970 bis 2006.

Titel:	Untersuchung und Messung von Sponsoringwirkungen – Eine empirische Analyse der documenta 12 –
Autor: Erscheinungsjahr:	Irene Knaub 2007
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragungen der documenta 12 hinsichtlich Erinnerungswirkung des Sponsoring
Stichworte:	Sponsoring, documenta 12, Erinnerungswirkung, Kommunikationspolitik,
Ziel:	Die Absicht der Arbeit ist, herauszufinden, von welchen Faktoren die Erinnerung an Sponsoren seitens der Rezipienten abhängt. Mit Hilfe der Besucherbefragung der documenta 12 sollen Wahrnehmungs- und Erinnerungswirkungen des Sponsoring der Ausstellung analysiert werden. Hierbei ist zentral, inwiefern Wahrnehmung und Erinnerung an Sponsoren durch ausgewählte Indikatoren beeinflusst werden und welcher Zusammenhang besteht. Welche Sponsoringaktivitäten beeinflussen Einstellung und Meinung der Besucher?
Kurzfassung:	Sponsoring von Unternehmen als fester Bestandteil der Kommunikationspolitik hat in den letzten Jahren zugenommen. Es werden die theoretischen Grundlagen zum Sponsoring vorgestellt, d.h. Begriffsverständnis, Charakteristika, Wirkungsweise, Ziele etc. Anschließend wird die Erinnerungswirkung als theoretische Wirkungskategorie untersucht, d.h. im Prozess der Informationsbearbeitung, Bestimmungsfaktoren, Methoden und Probleme der Erinnerungsmessung, empirische Einflussgrößen usw. Die Wirkungen des Sponsoring werden Basis des neobehavioristischen Stimulus-Organism-Response (S-O-R) Modellansatzes der Informationsverarbeitung erklärt. In dem empirischen Teil werden die Erinnerungswirkungen der Sponsoringaktivitäten auf der documenta 12 analysiert.
Erfolge:	Es wurden unter anderem folgende Hypothesen aufgestellt: 1. Jüngere Ausstellungsbesucher werden mehr auf Sponsoren aufmerksam als Ältere. 2. Erstbesucher nehmen Sponsoren weniger wahr als Stammbesucher 3. Regionale Besucher nehmen Sponsoren eher wahr als auswärtige oder ausländische Besucher 4. Das Bildungsniveau der Besucher ist unabhängig von der Wahrnehmung der Besucher.
Anhang:	I) Nutzung der Informationsquellen nach 1. Geschlecht 2. Herkunft 3. Kunstbedeutung in Freizeit und Beruf; II) Auflistung der Kreuztabellen nach 1. Wahrnehmung der Sponsoren 2. Erinnerung an Sponsoren 3. Akzeptanz des Sponsoring 4. Akzeptanz und Erinnerung

Titel:	Kundenbindung im Kulturbereich – eine konzeptionelle und empirische Analyse der documenta Besucher
Autor: Erscheinungsjahr:	Ivo Clemens SS 2008
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse der Besucherbefragung zur documenta 12
Stichworte:	Besucherbefragung, Kundenbindung, documenta 12,
Ziel:	Aufzuzeigen, welche Zielgruppe den größten Anteil der Besucher ausmachte, ist Ziel der Arbeit. Das bedeutet, das Besucherklientel ist von Interesse, welches wiederum in demographische, geographische und sozi-strukturelle Merkmale gegliedert wird. Wer besucht die documenta? Wie wirkt die Ausstellung auf die Besucher? Welche Gründe eines Besuches gibt es? Wie werden die Vermittlungsabsichten der documenta beurteilt?
Kurzfassung:	Zu Beginn werden die theoretischen Grundlagen zu Kundenzufriedenheit, Kundennähe, Besucherorientierung, Besucherforschung etc. erläutert. In der empirischen Untersuchung werden die demographischen, verhaltensorientierten und geographischen Persönlichkeitsmerkmale der befragten Besucher analysiert, ebenso wie die subjektive Wahrnehmung der Besucher.
Erfolge:	Folgende Ergebnisse wurden erzielt: Der Anteil an internationalen Besuchern steigt. Es gibt einen hohen Anteil an Stammes Besuchern. Es existiert ein breites Spektrum an fachkundigen Besuchern. Es hat eine Abnahme des jüngeren Publikums stattgefunden. Die Mehrheit der Befragten plant einen Besuch längerfristig. Die Besucher kommen selten allein. Das Sponsoring wurde positiv aufgenommen. Die Besucher übernachteten meistens direkt in Kassel.
Anhang:	1. Fragebogen der Besucherbefragung 2. Ergebnisse der Befragung zur Halbzeit von der Arbeitsgruppe

Titel:	Ökonomische Effekte des Tourismus - Eine Wirkungsanalyse der Documenta Kassel
Autor: Erscheinungsjahr:	Zuzana Liláková 2008
Methode:	Empirische Fallstudie Untersuchung der touristischen Daten von Kassel und Braunschweig
Stichworte:	Tourismus, documenta, Ökonomie,
Ziel:	Ziel der Untersuchung ist es, die wirtschaftlichen Auswirkungen der documenta auf die Stadt Kassel zu durchleuchten. Hierbei wird die Stadt Braunschweig als Vergleich herangezogen, da sie ähnliche Merkmale aufweist, aber keine vergleichbare Ausstellung präsentiert. Es soll beantwortet werden, inwiefern eine derartige Ausstellung auf Städte in der Größenordnung von Kassel einen positiven Einfluss haben können.
Kurzfassung:	Zu Beginn werden das Phänomen und die ökonomische Bedeutung des Tourismus theoretisch erörtert. Anschließend werden die statistischen Daten von Kassel hinsichtlich der Gästestruktur, Bettenauslastungen und Übernachtungszahlen aufgezeigt und untersucht. Auf ähnliche Weise werden die Daten der Stadt Braunschweig aufgezeigt. Anschließend werden die Daten miteinander verglichen.
Erfolge:	Unter anderem wurden folgende Ergebnisse erzielt: In Kassel sind die Übernachtungen im Ganzen wesentlich höher als in Braunschweig. Auch die Bettenzahlen sind in Kassel größtenteils höher. Die Bettenauslastung in beiden Städten hat sinkende Tendenz und ist besonders in Kassel Schwankungen unterworfen. In den Jahren als eine documenta stattfand, bis auf 1982, waren die Gästezahlen höher als regulär.
Anhang:	Keinen

Titel:	Image und Motive chinesischer Touristen - Fallstudien und Analyse von potentialen Besuchern von Documenta 12
Autor: Erscheinungsjahr:	Xiaoyin Ni 2008
Methode:	Empirische Fallstudie Analyse basierend auf der Besucherbefragung der documenta 12, sowie Internetumfrage
Stichworte:	Tourismus, Marketing, documenta 12, Reiseverhalten
Ziel:	Ziel der Untersuchung ist es, mittels einer Internetumfrage und der Besucherbefragung der documenta 12, die Eigenarten des chinesischen Konsumverhaltens zu erörtern und den chinesischen Tourismusmarkt in Deutschland zu segmentieren. Es soll auf die gegenwärtigen Probleme seitens deutscher Angebote für chinesische Touristen hingewiesen werden.
Kurzfassung:	Die Grundlagen des Tourismus werden theoretisch betrachtet. Deutschland als Reiseziel für chinesische Outgoing –Touristen in Bezug auf Einflussfaktoren, historischer Entwicklung und aktuelle Situation wird erörtert. Der chinesische Outgoing- Tourismus wird segmentiert. Anschließend wird das Reiseverhalten chinesischer Touristen analysiert; hier fließen die Ergebnisse der Internetumfrage ein. Zudem werden strategische Maßnahmen und Aktivitäten vorgestellt. Die documenta 12 wird als Fallbeispiel betrachtet, wobei die sozialdemographischen Faktoren und das Besucherverhalten von 57 chinesischen Besuchern im Vordergrund stehen.
Erfolge:	Deutschland wird als Reiseziel für chinesische Touristen immer beliebter. Die documenta und andere Tourismusangebote aus Kassel wie die „Märchenstraße“ und die „Umlandreise“ fördern den chinesischen Tourismus.
Anhang:	Fragebogen für potenzielle chinesische Touristen

Schlagwortverzeichnis

Beschwerdemanagement	Ackermann, Georg
Besucherbefragung	Boog, Alexandra Bougrine, Ptisam Bracht, Oliver Brauer, Kathja Breuer, Peter Clemens, Ivo Gösel, Christian Hildebrand, Uwe Jescht, Vladimir John, Thorsten Klein, Dennis Knaub, Irene Kördel, Achim Kotlorz, Udo LeFloc'h, Mélanie Ni, Xiaoyin Oshmann, Michael Pfeifferling, Joachim Rasch, Michael Schmidt, Thomas Sökefeld, Martin Solf, Martina Stein, Dorthe
Besuchermanagement	Ackermann, Georg Bougrine, Ptisam Bracht, Oliver Jescht, Vladimir Kotlorz, Udo Pfeifferling, Joachim Rasch, Michael Solf, Martina
Deutsche Presse Agentur (dpa)	Neu, Nicolas
Dienstleistung	Ackermann, Georg Boeth, Marion Boog, Alexandra Hamschmidt, Jost
documenta IX	Bracht, Oliver Brauer, Katja Daum-Meemann, Regina Hamschmidt, Jost Hildebrand, Uwe Horn, Verena

	Jescht, Vladimir Kördel, Achim Mannsbarth, Andreas Pfeifferling, Joachim Rasch, Michael Siebert, Silke
documenta X	Ackermann, Georg Boeth, Marion Boog, Alexandra Bougrine, Ptisam Bracht, Oliver Breuer, Peter Brummer, Astrid Dahlke, Ina Deeg, Michael Gutzeit, Dirk John, Thorsten Keim, Christiane LeFloc'h, Mélanie Oschmann, Michael Rasch, Michael Schmidt, Thomas Solf, Martina Sökefeld, Martin Stein, Dorthe Zimmermann, Thomas
Documental11	Bracht, Oliver Gösel, Christian Kotlorz, Udo Lieder, Sven Neu, Nicolas Schatka, Anja Schwenk, Janet Thielemann, Franca
documenta 12	Clemens, Ivo Knaub, Irene Ni, Xiaoyin
Erinnerungswirkung	Knaub, Irene
Eventmarketing	Brauer, Katja Gutzeit, Dirk Schatka, Anja Schwenk, Janet
Eventtourismus	Oschmann, Michael Solf, Martina

Gatekeeper	Neu, Nicolas
Geschlechterrollen	Kotlorz, Udo
Inhaltsanalyse	Lieder, Sven Schatka, Anja Thielemann, Franca
Internet	Dahlke, Ina
Inzidenzanalyse	Breuer, Peter
Kommunikationspolitik	Bracht, Oliver Brummer, Astrid Gutzeit, Dirk Knaub, Irene Pfeifferling, Joachim Siebert, Silke
Kulturmarketing	Boeth, Marion John, Thorsten Kotlorz, Udo Pfeifferling, Joachim
Kulturtourismus	Boog, Alexandra Brauer, Katja Kördel, Achim Liláková, Zuzana Ni, Xiaoyin Oschmann, Michael Pfeifferling, Joachim Solf, Martina Stein, Dorthe
Kundenbindung	Clemens, Ivo
Kunstmarkt	Gutzeit, Dirk Mannsbarth, Andreas Motschmann, Timothy
Künstler	Gösel, Christian Horn, Verena Lieder, Sven Mannsbarth, Thomas Motschmann, Timothy
Kunstrezeption	Gösel, Christian
Kunstwerk	Gösel, Christian Mannsbarth, Andreas

Marketing	Dahlke, Ina Gutzeit, Dirk Hamschmidt, Jost Hildebrandt, Uwe John, Thorsten Klein, Dennis Kotlorz, Udo Schatka, Anja Schwenk, Janet Siebert, Silke Zimmermann, Thomas
Medienresonanzanalyse	Keim, Christiane LeFloc'h, Mélanie Lieder, Sven Neu, Nicolas Schatka, Anja Siebert, Silke Thielemann, Franca Weide, Marco
Mitarbeiterbefragung	Breuer, Peter Deeg, Michael Schmidt, Thomas Zimmermann, Thomas
Mitarbeitermanagement	Schmidt, Thomas Zimmermann, Thomas
Motivationstheorie	Dahlke, Ina Schmidt, Thomas Zimmermann, Thomas
Nachrichtenagentur	Neu, Nicolas Weide, Marco
Netzwerktheorien	Horn, Verena
Nutzerakzeptanzanalyse	Dahlke, Ina
Ökonomie	Boeth, Marion Breuer, Peter Kördel, Achim Liláková, Zuzana Rasch, Michael
Organisation	Deeg, Michael Horn, Verena Schmidt, Thomas
Presse	Keim, Christiane

	LeFloc'h, Mélanie Neu, Nicolas Siebert, Silke Thielemann, Franca Weide, Marco
Projektmanagement	Deeg, Michael Siebert, Silke
Public Relations/ Öffentlichkeitsarbeit	Brummer, Astrid Hamschmidt, Jost Keim, Christiane Neu, Nicolas Thielemann, Franca Weide, Marco Zimmermann, Thomas
Resource - Dependence Theorie	Horn, Verena
Service	Bougrine, Ptsam John, Thorsten
Sponsoring	Brummer, Astrid Daum-Meemann, Regina Knaub, Irene Siebert, Silke Sökefeld, Martin
Stadtimage	Boog, Alexandra Hildebrandt, Uwe
Tourismus	Boog, Alexandra Brauer, Katja Liláková, Zuzana Ni, Xiaoyin Oschmann, Michael Solf, Martina Stein, Dorthe
Transaktionskostenansatz	Horn, Verena
Unternehmensbefragung	Daum-Meemann, Regina Schwenk, Janet
Unternehmenskommunikation	Schatka, Anja Schmidt, Thomas